SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

XIII. Jahrgang | Basel, den 8. November 1913 | No. 45

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.40 p. Jahr, Fr. 3.— p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 7.— p. Jahr

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Mittelstandstagungen. — Spekulationsfolgen. — Der Konsument als Arbeitgeber. — Händlerpresse und Konsumenteninteresse. — Gemeindeverwaltungen als Mitglieder des Konsumvereins. — Die Rückvergütung ist eine Ersparnis und kein Einkommen. — Zum 25jährigen Jubiläum des Konsumvereins Grabs. — Den Kampf gegen das Borgunwesen. — Zum Jahresbericht des Konsumvereins St. Gallen. — Blüten der Händler-Konkurrenz. — Zum Jahresbericht des Konkordiaverbands. — Der «Spezereihandel» auf dem Holzweg. — Die Getreideversorgung der Schweiz. — **Volkswirtschaft:** Die Angestellten der Kaufhäuser. — **Aus der Praxis:** Barzahlung. — **Kreiskonferenzen:** Herbstkonferenz des IV. Kreises. — Konferenz des Kreises IX. — **Hochschulunterricht und Genossenschaftswesen:** Förderung des Genossenschaftswesens an der Universität in Zürich. — **Sprechsaal:** Genossenschaftliche Propaganda. Unsere Genossenschaftspresse. — **Aus unserer Bewegung:** Von der aargauischen Grenze, Goldau, Stein a./Rh., Zürich, Buchs, Herisau, Magden, Mollis, Rehetobel, Siggenthal-Kirchdorf, Suhr, Windisch. — **Bibliographie.** — **Totentafel.** — **Verbandsnachrichten.**

Mittelstandstagungen.

In den vergangenen Sommermonaten fanden in der Schweiz und in Deutschland wieder eine Reihe Mittelstandstagungen statt. Ihre wirtschaftliche und soziale Bedeutung ist zwar nicht derart, dass wir uns des langen und breiten mit den auf jenen Tagungen verhandelten Gegenständen auseinandersetzen müssten. Da jedoch wie es scheint, keine Mittelstandstagung ohne die Berührung des Konsumvereinsproblemes abgehalten werden kann, so glauben wir, ist es dennoch notwendig, jene Versammlungen in ihrem Verlaufe kurz zu skizzieren. Stoffandrang und wichtigere Arbeiten haben uns bis heute verhindert dieser Aufgabe nachzukommen.

Seit dem Jahre 1909 haben sich bekanntlich die lokalen Rabattvereine der Händler in der Schweiz zu einem Verbande zusammengeschlossen, der seinen Sitz in Bern hat. Seine vierte ordentliche Delegiertenversammlung wurde am 6. und 7. Juli im Rathaus in Biel abgehalten.

Für unsere Ausführungen sind wir auf ein Protokoll angewiesen, das im «Schweizer. Rabattverband» publiziert wird — aber bis zur Stunde ein Torso geblieben ist, denn seit der Augustnummer wurde ganz unmotiviert mit der Berichterstattung bei dem Traktandum abgebrochen, das für uns das grösste Interesse bietet, nämlich die Mitteilungen «betreffend die Erhebungen über das Konsumvereinswesen, das Konsumgeld und die Motion im Schweiz. Gewerbeverein betr. Stellungnahme des letzteren zur Konsumvereinsbewegung». Trotz der in der Augustnummer versprochenen Fortsetzung des Protokolls, liessen die September- und Oktoberausgaben den Leser im Stich!

Wir vernehmen auch nichts aus dem Jahresbericht über die Entwicklung und den Stand des Verbandes und seiner Glieder im abgelaufenen Betriebsjahre. Sekretär Kurer verrät aus seiner propagandistischen Tätigkeit einzig, dass er es bereits in einem Jahr auf die stattliche Zahl von 45 Propagandavorträgen gebracht habe.

Die Auflage des Kundenblattes «Schweiz. Wirtschaftliches Volksblatt» ist auf ca. 46,000 Exemplare gewachsen. Unterhandlungen sind im Gange mit dem Detaillistenverband Zürich über ca. 16,000 Exemplare, mit der B. K. G. Basel für ca. 10,000 Exemplare, Kreuzlingen 2000, Arbon 2500, Müllheim 1000, Flawil 1000 Exemplaren.

Unter den zahlreichen Traktanden, die für uns ohne Bedeutung sind, darf der Antrag des Zentralvorstandes, eine gemeinschaftliche Glasversicherung einzugehen, allgemeineres Interesse beanspruchen.

Mit diesem Projekt wurde durch den Verband der schweiz. Rabattvereine der erste Schritt auf der genossenschaftlichen Bahn in der Richtung der Konsumentenvereinigungen getan, zum Zwecke der gemeinschaftlichen Befriedigung des Bedürfnisses nach Versicherung von Glasrisiken.

Der Kampf der Rabattvereine gegen die Konsumvereine hemmt aber bekanntlich zum eigenen Schaden der Händler ihre Bewegungsfreiheit; das zeigte sich wiederum recht deutlich sowohl bei der Begründung des Versicherungsprojektes durch den Vertreter des Zentralvorstandes, als auch während der Diskussion der Delegierten.

Sekretär Kurer führte u. a. aus, der Zweck die Glasrisiken durch Versicherung zu beseitigen, könne auf zwei verschiedene Arten erreicht werden; und zwar, entweder durch die Eigenversicherung (genossenschaftliche Versicherung auf Gegenseitigkeit) oder durch vertragliche Vereinba-

rungen mit bestehenden Versicherungsgesellschaften.

«In der Schweiz — so lesen wir wörtlich im Protokoll — haben wir eine Glasversicherung auf Gegenseitigkeit noch nicht. Wir wären also die ersten gewesen und konnten in der Nähe ein Beispiel nicht nehmen. Die Glasversicherungen auf Gegenseitigkeit in Freiburg, Stuttgart und andern Orten, über deren Einrichtungen wir uns an Ort und Stelle orientierten, sind meist für lokale Organisationen und Verhältnisse geschaffen und eignen sich nicht für weitere Ausdehnung. Unser Verband ist nicht so entwickelt, dass nach dem Muster der einzelnen deutschen Rabattvereine und Detaillistenorganisationen eine Eigen-Glasversicherung eingerichtet werden könnte. Sehr viele unserer Leute sind noch auf Jahre hinaus an eine Versicherungsanstalt gebunden. **Auch Rücksichten standespolitischer Natur gegenüber den Versicherungsgesellschaften sprechen für die Berücksichtigung einer bereits bestehenden Versicherungsgesellschaft.** Mit der National-Versicherungsgesellschaft in Basel ist nun ein Vertragsentwurf vereinbart worden, der grosse Vorteile und bedeutende Vereinfachungen der Versicherungsbedingungen bringen würde. *Ich kann empfehlen, von einer Eigenversicherung abzusehen, auf die Beratung des Vertrages einzugehen und demselben zuzustimmen.*»

Aus diesen etwas gewundenen Erläuterungen des Referenten des Zentralvorstandes ist klar ersichtlich, dass man für den Händler gerne auf genossenschaftlichem Wege Vorteile sichern möchte, aber die letzten Konsequenzen ziehen, und durch eine Eigenversicherung unnötige Zwischenglieder auszuschalten, das darf man des «Prinzipes wegen» den Konsumvereinen gegenüber nicht wagen. Den nicht rein genossenschaftlichen Weg des Rabattvertrages mit einer schon bestehenden Versicherungsgesellschaft durfte man dagegen schon eher in Vorschlag bringen. Zwar geraten die Führer der Rabattleute auch so in eine Sackgasse, denn bekanntlich werden die Rabatt-(Liefer)-Verträge von Bäckern und Fleischern etc. mit Konsumvereinen durch die organisierten Händler ebenso heftig bekämpft wie die Konsumentenorganisationen an sich. Aber einen Vorteil durch den genossenschaftlichen Zusammenschluss möchte man eben doch gerne erzielen und so sagt man einfach mit erhobenem Finger etwaigen Einwendungen gegenüber: «Ja halt Bauer, das ist etwas ganz anderes!»

Ein konsequenter Händler, Huber aus Altdorf, trat im Laufe der Diskussion überhaupt gegen die Idee einer gemeinsamen Glasversicherung auf, auch in Form eines Rabattvertrages mit einer bestehenden Versicherungsgesellschaft. Ob hier nur die konsequente Befolgung der mittelständischen Ideologie, oder auch persönliche, egoistische Motive, dieses Votum bestimmten, können wir nicht entscheiden. Herr Huber erklärte nämlich:

«Viele unserer Mitglieder treiben neben dem Detailgeschäft einen Nebenberuf und *viele davon sind Versicherungsagenten.* **Die Errichtung einer Eigenversicherung wäre auch eine Förderung des Genossenschaftsgedankens, den wir aufs schärfste bekämpfen sollen.** *Es sollte hier ein grundsätzlicher Standpunkt eingenommen werden.*»

Die endliche Abstimmung ergab eine Mehrheit für Eintreten in die Vorlage. Ebenso fand sich eine Mehrheit für den Abschluss des Vertrages mit der National-Versicherungsgesellschaft.

Das Votum des Hrn. Huber in Altdorf ist typisch. Es zeigt uns einerseits die totale Gedankenverwirrung, die innerhalb der Reihen der Händler herrscht, anderseits aber die Schwäche der «Selbsthilfebewegung» der Händler. Herr Huber bekennt sich als konsequenter Anhänger der Mittelstandsideologie, welche die «Förderung des Genossenschaftsgedankens aufs schärfste bekämpft». Dieses sein Ideal hindert ihn jedoch nicht, gleichzeitig Anhänger der Rabattvereine zu sein, die doch nichts anderes als eine genossenschaftliche Selbsthilfebewegung der Händler sein wollen. Will diese Bewegung ihre genossenschaftlichen Kräfte entfalten, so müssen die Träger dieses Gedankens sofort wieder, — wie das Votum zeigt — der mittelständischen Ideenrichtung folgen und das Rad der Entwicklung hemmen. Das ist der innere Widerspruch und die Schwäche der mittelständischen Selbsthilfebewegung.

Von den weiteren Traktanden ist ein Antrag der Sektion Luzern zu erwähnen auf Einführung der obligatorischen alljährlichen Revision der Sektionsrechnungen. Der Zentralvorstand stellte den Gegenantrag auf Schaffung eines fakultativen Revisorates und einer freiwilligen Revisionsvereinigung der Rechnungsführung der Sektionen. Die Anträge wurden noch einmal an den Zentralvorstand zur Prüfung und nochmaliger Berichterstattung zurückgewiesen.

Da uns, wie bereits erwähnt, das offizielle Protokoll über die Konsumvereinsdebatte im Stiche lässt, sehen wir uns gezwungen, einen Bericht im «Schweiz. Wirtschaftl. Volksblatt» zu konsultieren. Die Berichterstattung in diesem kleinhändlerischen «Konsumentenorgan» ist zwar so verworren, dass mit ihr gar nichts anzufangen ist, dennoch mag sie hier folgen als Beleg dafür, was man von dieser Seite als «Aufklärung» über die Konsumvereine den Konsumenten zu bieten wagt. Es heisst da:

«Den Konsumvereinen und ihren für das bürgerliche Leben unverkennbar gefährlichen und schädigenden Tendenzen widmet sich die Verbandstätigkeit in starkem Masse. Die Ueberzeugung, dass der gewerbliche und kaufmännische Mittelstand als einer der Hauptförderer bewährter und notwendiger Gesellschafts- und Staatsverhältnisse angesehen werden muss, verleiht hier den Impuls. In diesem Sinne ist es verstanden, wenn auch denjenigen Genossenschaftstendenzen der landwirtschaftlichen Kreise, die in der Einbeziehung der Haushaltungsbedürfnisse Ziel und Untergrund haben, unser volles Augenmerk gewidmet wird. Das Gefühl der Gegenseitigkeit der beruflichen und politischen Wechselbeziehungen, sowie die Vertrautheit mit der Tatsache, dass ökonomische Vorteile bei dieser Art Gütervermittlung nicht zu verzeichnen sind, noch es je sein werden, leitet alle.»

Nach welcher Richtung und in welchem Umfang über die Konsumvereine Erhebungen angestellt worden sind, ist nicht ersichtlich. Auch das Ergebnis dieser Erhebungen wird streng geheim gehalten (wohl mit Recht), so dass wir dazu keine Stellung nehmen können.

Nachdem noch diverse Aenderungen an den Verbandsstatuten genehmigt und Bern als nächster Versammlungsort bestimmt worden war, fand die Tagung der schweizer. Händler-Rabatt-Vereine ihr Ende.

* * *

Wenige Tage nach der schweizer. Tagung trat am 20. bis 23. Juli der deutsche Bruderverband in Würzburg zu einer Art Jubelfeier zusammen. Der elfte Verbandstag des Verbandes der Rabattsparvereine Deutschlands brachte die Feier seines zehnjährigen Bestandes. Einem Bericht der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau» entnehmen wir, dass zu dieser Tagung etwa 600 Delegierte erschienen waren, die über 70,000 Mitglieder aus mehr als 400 Verbänden vertraten. Herr Generalsekretär Beythien (Hannover) gab einen Rückblick über die zehnjährige Verbandstätigkeit, worin er die Zustände im Handelsgewerbe vor 20 Jahren schilderte und eine Darstellung der Entwicklung des Verbandes gab. Danach gehörten dem Verbande zurzeit 467 Rabattsparvereine mit 70,400 Mitgliedern an. Ein

umfangreicher Organisations- und Verwaltungsapparat, zwei Zeitungen, wovon die Deutsche Rabattsparvereinszeitung, das offizielle Organ des Verbandes eine Monatsauflage von 62,000 Exemplaren zählt, eine umfangreiche Literatur, eine Revisionsvereinigung und fünf Unterverbände besorgen die Ausbreitung der Bewegung; 315 Vereine besitzen die Rechte einer juristischen Person. Die Einlösung des Rabatts, der fast überall freiwillig (!?) gewährt wird und nicht überall gleichmässig hoch ist, besorgen in 122 Städten die städtischen Sparkassen, im übrigen im wesentlichen die Mittelstands-Kreditgenossenschaften und die eigenen Geschäftsstellen. Manche Vereine haben Einziehungsämter, schwarze Listen und Mahnverfahren, Rechtsauskunftstellen, Buchführungskurse, Stellenvermittlungen, Unterstützungs-Fonds und Sterbekassen eingerichtet. Der Sonderrabatt an einzelne Käuferklassen wurde in über 400 Städten abgeschafft. Dem Borgunwesen ist wirksam entgegengewirkt worden, ebenso der Preisschleuderei und dem Zugabeunwesen.

Nach diesen Angaben hat, rein äusserlich betrachtet, die Rabattsparvereinsbewegung in Deutschland einen starken Aufschwung genommen. Die innere Bedeutung und Stosskraft der Bewegung darf jedoch nicht nach diesen rein äusserlichen Erfolgen gemessen und etwa überschätzt werden. Wie wenig reale Erfolge zu verzeichnen sind, zeigt allein die Kampfstellung des Rabattverbandes zu der Konsumvereinsbewegung, die vom Referenten eingehend behandelt worden ist; aber gerade die offensichtliche Schönfärberei des Herrn Beythien zugunsten sogenannter «Mittelstandserfolge» vermag nicht zu täuschen und der in die wirklichen Verhältnisse Eingeweihte lässt sich auch nicht vom «Erfolge» der Rabattvereine überzeugen.

«Als schärfste Gegner — so wurde ausgeführt — hatte der Verband (in den abgelaufenen 10 Jahren) die *Konsumvereine* zu betrachten, denen gegenüber das Bestreben, den selbständigen Geschäftsleuten Bewegungsfreiheit zu bewahren, Erfolg hatte. Trotz der *politischen* (?) Fanatisierung der Käufermassen für die Konsumvereine wirkte die Rabattsparvereinigung erhaltend und bewahrend. Der Vortragende bringt zahlreiche Beispiele für die rücksichtslose Agitation gegen das freie Geschäftsleben (Boykotts aus Anlass der Wahlen usw.) und geht auf den *evangelisch-sozialen* Kongress in Hamburg ein (Referat Professor Wilbrandts!), auf welchem *für die Konsumvereinsbewegung* nach seiner Ansicht *unberechtigte (!) Propaganda* gemacht wurde.

Die *Erfolge* der Rabattsparvereine *gegenüber Konsumvereinen* waren in den *ersten* sechs bis acht Jahren *verblüffend* (?), besonders in Bremen, Halle, Magdeburg, Freiburg, Stettin, München. Aber auch jetzt ist *trotz des absoluten Anwachsens* (!) *der Konsumvereinsbewegung* der *hemmende* (?) Einfluss der Rabattsparvereine zu erkennen, vor deren Bestehen es überhaupt kein Hemmnis für erstere gab. Im Verlaufe des Wirkens der Rabattsparvereine wurden in 179 Fällen, an Orten, in denen sie bestehen, *Stillstand* der Konsumvereinsentwicklung, *Sinken* des *Umsatzes* und der *Mitgliederzahl, Niedergänge durch Massenaustritte, Auflösungen und Konkurse* gemeldet, und im letzten Jahre berichten 128 Rabattsparvereine über *direkte Erfolge gegenüber dem Konsumvereinswesen.*»

Trotzdem in dieser offiziellen Festrede recht ausführlich über die Konsumvereine geredet worden war, wurde diese Frage noch extra auf die Tagesordnung gesetzt, und zwei bestellte Referenten dozierten über «die Konsumvereinsgefahr und die Gegenwehr des Mittelstandes.» Die Fassung des Themas nimmt sich recht eigenartig aus neben dem Triumphgesang des Herrn Beythien über den «Siegeszug» der Rabattsparvereine über die Konsumgenossenschaften, und er wäre gewiss in grosser Verlegenheit, müsste er für jeden von ihm behaupteten Fall eines direkten Erfolges der Rabattvereine zum Schaden der Konsumvereine den Beweis antreten.

Warum gerade zwei Referenten zur Behandlung der Konsumvereinsfrage bestellt worden waren, ist nicht recht ersichtlich, denn keinem von beiden gelang es, irgend einen neuen Gedanken oder Gesichtspunkt hervorzubringen. Immer wieder begegnen wir den alten schon x-mal widerlegten Klagen hoffnungsloser Mittelstands«retter»; dazu gesellen sich zum Teil bewusst falsche Unterschiebungen über Zweck und Ziele der Konsumvereinsbewegung. Zum Schlusse wurde die nachstehende Resolution eingebracht und von der Versammlung angenommen:

«Der elfte Verbandstag des Verbandes der Rabattsparvereine Deutschlands erblickt in der *Konsumvereinsbewegung* eine *grosse Gefahr* nicht nur für den gewerblichen und kaufmännischen Mittelstand, sondern auch *für das gesamte Staatswesen.* Die Konsumvereine sind heute grösstenteils *Kampfesmittel der Sozialdemokratie zur Vernichtung des Mittelstandes, zur Eroberung der Produktionsmittel und der wirtschaftlichen und damit der politischen Macht.* Die *Konsumvereine* bedrohen so nicht *nur* einzelne Erwerbsstände unseres Volkes, sondern unser Volk in seiner Gesamtheit, unsere *gesamte Staats- und Gesellschaftsordnung.*

Neben der *Bekämpfung der Konsumvereinsbewegung durch Eingreifen der Staatshilfe* sind vor allem Massnahmen der Selbsthilfe notwendig. In erster Linie ist eine vermehrte Aufklärung der weitesten Bevölkerungskreise erforderlich. Hierzu bedarf es einer guten, kurz gefassten, *populär geschriebenen Broschüre.* Die Verbandsleitung wird beauftragt, ein *Preisausschreiben* für eine solche zu erlassen. Als Preise sind 1500, 1000 und 500 Mk. auszusetzen. Die Kosten sind durch einen Extrabeitrag der Verbandsvereine von 15 Pfg. pro Mitglied aufzubringen. Als Preisrichter sollen funktionieren: der Vorsitzende und der Generalsekretär des Verbandes, der Vorsitzende des Reichsdeutschen Mittelstandsverbandes und je ein Vertreter der Rabattsparvereine München und Stuttgart.»

Diese Kundgebung gegen die Konsumvereine brachte den Rabattvereinen eine schlechte Presse ein. Von verschiedenen in der «Konsumgen. Rundschau» wiedergegebenen Presstimmen über die Verbandstagung der Rabattvereine erwähnen wir bloss eine. Die Nürnberger «Fränkische Tagespost» schrieb damals:

«Den Konsumentengenossenschaften wird die innere Notwendigkeit und die Berechtigung abgesprochen. Wie oft hat man diese *falsche Theorie* schon gelesen!

Die *Konsumvereine* haben die gleiche, ja eine höhere innere Berechtigung als die gewerblichen Genossenschaften. Sie sind *Produkte der sozialen Not,* Abwehrorganisationen gegen die auf Profit aus dem Zwischenhandel bedachten Händler und Grosshändler, gleichzeitig aber auch gegen die kapitalistischen Warenproduzenten. Es ist eine *sinnwidrige Umkehrung,* jemandem das Recht zuzusprechen, einen Kramladen zu eröffnen und sich dann, um gegen die Uebermacht des Kapitals geschützt zu sein, einer Händlergenossenschaft anzuschliessen, dem anderen aber, der kein Geld zur Gründung eines Geschäfts hat, das Recht, sich ebenfalls vor der Uebermacht des Kapitals durch Anschluss an einen Konsumverein zu schützen, streitig zu machen.

Hat denn nur der gewerbliche Mittelstand ein Recht, möglichst gut zu leben, seine Existenz zu verbessern? Warum soll denn gerade der *Kleinhandel* eine *besondere Stellung im Wirtschaftsleben* einnehmen? Die Ursachen der Klagen über die Erschwerung der kleinhändlerischen Existenzen liegen viel mehr *im Kleinhandel selbst,* als in den ihn umgebenden fremden Interessengebieten. Gerade die *Ueberfüllung des Kleinhandels mit selbständigen Existenzen* ist die Ursache der Klagen. Das musste selbst ein Zentrumsabgeordneter im Preussischen Landtage zugeben.

Nach dem Bericht über die Debatte der Kommission über die Sonderbesteuerung der Konsumvereine führte er unter anderem aus:

«Wenn in kleingewerblichen Kreisen sehr über die Konkurrenz der Konsumvereine geklagt wird, so wird *übersehen,* dass die Nahrungs- und Genussmittelgeschäfte sich in einer weit über das Bedürfnis hinausgehenden Weise vermehrten. Das muss eine Herabsetzung der Gewinne in dieser Branche notwendig zur Folge haben. Nach der «Statistischen Korrespondenz» hatte es Geschäfte der Nahrungs- und Genussmittelbranche gegeben nach der Zählung von

	1882	1895	1907
in Deutschland	153,819	200,863	337,598
in Preussen	79,840	113,285	198,442

Die Vermehrung hat mithin im Reiche 119%, in Preussen sogar 145% betragen, *das ist dreieinhalbmal bis viermal so viel als die Bevölkerungszunahme.* Daraus ergibt sich, dass die Zahl der Kunden sich vermindert haben muss, und *darauf, nicht aber auf die Konkurrenz der Konsumvereine, sind zum grössten Teil die Klagen der Kaufleute zurückzuführen.*»

Es ist ja ungeheuer bequem, für die schlechte Lage der Kleingewerbetreibenden Aussenstehende verantwortlich zu machen, während im eigenen Lager die Wurzel des Elends liegt. Eine so oberflächliche Untersuchung gibt den Mittelständlern aber nicht das Recht, den Genossenschaften der Konsumenten die innere Berechtigung und Notwendigkeit zu bestreiten.»

Von den übrigen Traktanden von allgemeinerem Interesse ist nur noch die Stellungnahme zum geplanten deutschen Petroleummonopol zu erwähnen, auf die wir jedoch in einem anderen Zusammenhang nächstens berichten werden.

Als Ort der nächsten Tagung wurde Strassburg i. E. bestimmt. (Schluss folgt.)

Spekulationsfolgen.

Unter diesem Titel lesen wir in der «Schweiz. Spezereihändler-Zeitung» (Nr. 39) folgende Geschichte, die auch unsere Leser interessieren dürfte:

«Die Firma O. Stäubli, Kaffeegrossrösterei «Delikat» in Zürich 8, sucht bei ihren Gläubigern um eine Stundung von zwei Monaten nach. Es ist ein Nachlassvertrag auf der Basis von 30 Prozent vorgesehen. Die Passiven der Firma belaufen sich auf 521,000 Fr., die Aktiven machen 117,000 Fr. aus. Die Firma O. Stäubli wurde gegründet im Jahre 1900. Sie arbeitete von Anfang an mit etwas bescheidenen Mitteln, immerhin mit soliden Grundsätzen. Stäubli war einer der ersten, die bei uns mit den Prämien anfingen, um auf diese Weise langfristige Lieferungen zu erhalten. Diese Geschäftspraxis scheint sich ohne Zweifel nicht bewährt zu haben, und so kam Stäubli nach und nach in das Fahrwasser der Spekulation. Es ist ihm gegangen wie andern, die glaubten, möglichst bald reich werden zu müssen. Er bekam das Spekulationsfieber, durch welches das solide Kurrentgeschäft leiden musste. Die Herren Agenten haben, wie versichert wurde, redlich zur Spekulation animiert, und so ist die sehr hohe Unterbilanz leicht zu erklären. Durch die vielen Verluste, die die Seehafenplätze in den letzten Jahren bei schweizerischen Kunden erlitten haben, werden die Exportfirmen so ziemlich gewitzigt, wie die Zuckerfabriken es auch geworden sind.»

Der Konsument als Arbeitgeber.

Unablässig sind wir an der Arbeit, durch Wort und Schrift, den Konsumenten zum Bewusstsein seiner Macht im Wirtschaftsleben zu rufen. Wie notwendig diese Arbeit ist, zeigt uns das Wort Charles Gides, der einmal sagte: «Der Käufer ist der König der Wirtschaftsordnung, aber ein König, der weder herrscht noch regiert».

Mit der systematischen Organisation des Konsums durch die Konsumgenossenschaften gewinnen wir Schritt um Schritt auch grösseren Einfluss auf die Produktion. So nähert sich der Zeitpunkt der Erfüllung, wo die Produktion sich endgültig nach dem Willen der organisierten Konsumenten richten muss, und damit wieder ihrem ureigentlichen Zwecke zugeführt wird: dem Konsumenteninteresse zu dienen und nicht mehr dem privaten Erwerbs- und Profitinteresse zu folgen.

Mit der Organisation der Kaufkraft, die nach Belieben diesem oder jenem Produzenten zugewendet werden kann, haben es die Konsumenten in der Hand, die Produzenten zu zwingen, nicht nur die Produktion nach dem Willen und Geschmack der Konsumenten zu richten, sondern auch den Arbeitern und Angestellten, die in diesen Produktionsbetrieben tätig sind, menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu gewähren.

Der Konsument übernimmt somit die Rolle des eigentlichen Arbeitgebers. In letzter Linie trägt er daher auch mit an der Verantwortung, dafür, dass heute noch in den kapitalistischen Erwerbsbetrieben so viele soziale Missstände herrschen.

Die Aufgabe der Konsumgenossenschaften und ihrer Verbände ist nicht nur: Handel und Produktion zu sozialisieren, d. h. in genossenschaftliche Bahnen zu lenken, sondern sie haben auch durch Gewährung mustergültiger Arbeitsbedingungen und das Treffen von Fürsorgemassnahmen für das in ihren Anstalten und Betrieben beschäftigte Personal, bewusst an der Sanierung der herrschenden sozialen Missstände der Arbeitsverhältnisse in den Privatbetrieben mitzuwirken.

Neben den Konsumgenossenschaften haben sich seit wenigen Jahren soziale Käuferligen gebildet, mit dem ausschliesslichen Zweck, die wirtschaftliche Macht der Konsumenten in den sozialen Dienst zu stellen und den Angestellten und Arbeitern die heute noch im privaten Handel und der privaten Produktion tätig sein müssen, günstigere Arbeitsbedingungen zu erkämpfen.

Die Ziele der sozialen Käuferliga sind somit 1. die Erziehung der Konsumenten zum sozialen Empfinden und 2. zur sozialen Tat, durch Einwirkung auf die Produzenten zugunsten der Angestellten.

Zur Erziehung der Konsumenten selbst schreibt die Liga u. a. vor: nicht nach $7^1/_2$ Uhr abends einkaufen, um den frühern Ladenschluss durchsetzen zu helfen, die Aufträge über die verschiedenen Wochentage verteilen, um den Samstag zu entlasten. Aufträge für Reparaturen oder Neuanfertigungen in der stillen Saison geben und nicht bis zur Hochsaison warten — und bar zahlen.

Neben der Propagierung dieser Ideen besteht die Tätigkeit der Liga darin, Arbeitsverhältnisse zu studieren, Massnahmen zu treffen, um sie zu verbessern, und endlich Fabriken und Geschäfte, die auf die Bedingungen der Liga eingehen, ständig zu überwachen. Es werden dann sogenannte «weisse Listen» herausgegeben — in Amerika werden sie in viel gelesenen Blättern veröffentlicht —, auf denen die betreffenden Geschäfte und Fabriken genannt sind.

Für die Konsumvereine und die sozialen Käuferligen ist heute das Problem: der Konsument als Arbeitgeber zu einem aktuellen geworden. Es ist daher auch für unsere Leser von Interesse zu vernehmen, was kürzlich Richard Calwer in der «Konjunktur» gerade über dieses wichtige Kapitel der Konsumenten-Pflichten im Wirtschaftsleben im allgemeinen zu sagen hat.

Die soziale Tätigkeit von Privaten — so schreibt Calwer — findet im allgemeinen ihre Grenze da, wo die Wohltätigkeit aufhört.

«Das Streben nach einer für Arbeitgeber und Arbeitnehmer günstigen Umgestaltung des Arbeitsverhältnisses zeigt sich lediglich bei diesen beiden Arten von Interessentengruppen. Dass der Konsument selbst aber auf die Arbeitsverhältnisse einen weitgehenden Einfluss ausübt, ist eine Tatsache, die den deutschen Konsumenten meist noch gar nicht bewusst geworden ist. Der Grad der Arbeitslosigkeit im Schneidergewerbe während des Hochsommers und in den Wochen nach Weihnachten ist eine Erscheinung, die dadurch bedingt ist, dass die Masse der Konsumenten sich auch nicht die geringste Mühe gibt, ihre Aufträge über das ganze Jahr gleichmässig zu verteilen, sondern vor Eintritt anderer Jahreszeiten, bezw. vor dem Bekanntwerden der neuen Moden blindlings alle Aufträge auf einmal aufgibt, zu den übrigen Zeiten des Jahres aber damit zurückhält. Aehnlich geht es in vielen anderen Gewerben. Aus irgendwelchen, meist verhältnismässig gleichgültigen Gründen sammeln sich Aufträge in erdrückender Menge, ein guter Geschäftsgang ist zu verzeichnen, die Arbeiter müssen Ueberstunden machen. Plötzlich flaut der Geschäftsgang ab, weil die Nachfrage, das kaufende Publikum, befriedigt ist, und ein nicht unbeträchtlicher Teil der Arbeiter, die eben noch unter übermässiger Anstrengung zu leiden hatten, liegt sozusagen auf der Strasse. Finden diese Leute nicht vorübergehend eine ausserhalb ihres Berufes liegende Erwerbsmöglichkeit, so sind sie beschäftigungslos bis das Herannahen der «Hochsaison» sie wieder zu ihrer Arbeit ruft. Dass die Verkäufer in Ladengeschäften aller Art täglich 10 Stunden und mehr hinter dem Verkaufstisch stehen müssen, bei grossem Geschäftsandrang ihren Anforderungen kaum gerecht werden, dass sie beim Herannahen der grossen Verkaufstage häufig noch mehrere Ueberstunden täglich mit den Aufräumungsarbeiten beschäftigt sind, all dies hat seine Ursache in dem mangelnden Verständnis des Kaufenden für das Personal, das er selbst im Geschäft in Anspruch nimmt. Würde auch nur ein geringer Teil des Publikums seine Einkäufe bewusst an den Tages- bezw. Jahreszeiten besorgen, an denen der Geschäftsgang flau ist, so wäre für die Zeiten des hohen Andranges schon eine merkliche Abnahme der Aufträge zu konstatieren. Für eine grosse Menge von Waren lässt sich die Zeit des Auftrages sehr bequem dem Geschäftsgang anpassen. Erforderlich ist dazu nur, dass der Käufer mit Bleistift und Notizbuch umzugehen versteht und die nicht allzu dringenden Aufträge für den geeigneten Zeitpunkt vormerkt. Die Nachtarbeit der Bäcker ist lediglich eine Folge des Wunsches der Käufer, jeden Morgen recht früh frische Backware zu haben. Mit leichter Mühe liesse sich anstatt der frischen Frühstückbrötchen eine schmackhafte andere Speise verwenden, die am Tage vorher gebacken sein könnte. Damit wäre die Nachtarbeit der Bäcker vollkommen überflüssig. Die Untersuchung liesse sich noch auf eine ganze Reihe anderer Gewerbe ausdehnen. Aus den genannten Beispielen erhellt aber zur Genüge, dass der Einfluss der Konsumenten auf die Arbeitsverhältnisse der Angestellten von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist, dass sogar der Unternehmer häufig sich auch in einer Zwangslage gegenüber seinen Auftraggebern befindet, wenn er die Arbeitsverhältnisse in seinem Betriebe nicht abändern kann. Bedenkt man noch, welche Macht das Publikum über die Unternehmer gewinnen könnte, wenn es nur in solchen Geschäften kaufte und Aufträge gäbe, von denen bekannt ist, dass der Inhaber seine sozialen Pflichten den Angestellten gegenüber in vollem Umfange erfüllt, so kann man nicht daran zweifeln, dass ein grosser Teil der Verantwortung für herrschende Missstände eigentlich auf den Konsumenten zurückfällt. In einzelnen Staaten sind sich denn auch die Konsumenten ihrer Macht und der aus dieser hervorgehenden sozialen Pflichten bewusst geworden. In Nordamerika, in England, Frankreich und auch in der Schweiz haben sich Verbände der Konsumenten gebildet, welche ihren Einfluss auf die Arbeitgeber zugunsten der Angestellten auszunutzen bestrebt sind. Die Erkenntnis von den sozialen Pflichten der Konsumenten ist von hoher Bedeutung für das gesamte Wirtschaftsleben».

Wir wissen, dass heute die Konsumgenossenschaften noch nicht in der Lage sind, sämtliche Bedürfnisse unserer Konsumenten in wirtschaftlicher und kultureller Beziehung zu befriedigen. Die in Konsumgenossenschaften organisierten Konsumenten haben daher die Pflicht, auch a u s s e r h a l b der Konsumgenossenschaften, überall ihrer sozialen Mission als Konsumenten eingedenk zu sein.

Händlerpresse und Konsumenten-Interesse.

Wie wenig die Konsumenten für die Verteidigung ihrer Interessen auf ihre lokalen Intelligenzblätter rechnen können, dafür liefert uns wieder einmal folgender Vorfall eine ebenso treffliche wie charakteristische Illustration.

Als unlängst ein Vorstandsmitglied eines unserer Verbandsvereine in der Redaktion des betreffenden Lokalblattes vorstellig wurde, um zu erfahren, warum die Annoncen und Einsendungen des Konsumvereins keine Aufnahme mehr fanden, wurde ihm von verantwortlicher Stelle zur Antwort, dass verschiedene Kunden, die sehr oft inserieren (d. h. Geschäftsleute) gedroht hätten, sie werden dem Blatt die Annoncen entziehen, wenn es fortfahren werde, die Insertionen des Konsumvereins aufzunehmen. «Wenn sich der Konsumverein verpflichtet, sagte der gute Mann, mir diesen Einnahmeausfall zu ersetzen, will ich ihm gerne willfahren, im andern Falle tut es mir leid.»

Uns wundert das gar nicht. Eine solche Zeitung ist ein G e s c h ä f t, das wie jedes andere auch auf Profit ausgeht. Die Nachrichten, die Mord- und Räubergeschichten, Feuilletons, wie die darin vertretenen Ideen überhaupt, sind ihr bloss M i t t e l z u m Z w e c k, der darin besteht, möglichst viele Leser zu ergattern, denn je mehr Leser, desto mehr bringt der Annoncenteil ein und desto teurer kann sie sich für ihre geschäftspolitische und finanzielle Mitwirkung bezahlen lassen. Da die Annoncen der Geschäftsleute die wichtigste Einnahmequelle bilden, ist es auch selbstverständlich, dass das Interesse der Leser bezw. der Konsumenten nur soweit in Betracht kommt, als es mit dem Geschäftsinteresse der Zeitung sich vereinbaren lässt. Sie sind wohl gut genug als Operationsfeld, als Annoncenfutter, sie sind dazu da, der Zeitung Gewinn und Einfluss zu verschaffen; wenn sie aber meinen, dass die Zeitung a u c h f ü r s i e d a s e i, dann befinden sie sich in einem groben Irrtum. Die meisten dieser Lokalblätter sind, wie die Händler, eben auch nur Handlanger und Werkzeuge kapitalistischer Profitinteressen. Dazu zwingt sie

schon die Konkurrenz, die diejenigen belohnt, die am geschicktesten und skrupellosesten zu operieren verstehen, während die ehrlichen bekanntlich alle Mühe haben, um sich halten zu können.

Indessen haben auch hier die Konsumenten den Trumpf in der Hand: Wie sie bereits angefangen, ohne Händler auszukommen, ebenso können sie wohl ohne die Zeitung, diese aber nicht ohne sie bestehen. Die Hauptsache ist, dass sie sich dieser Macht bewusst werden, sich vereinigen und nur der Presse ihr Vertrauen entgegenbringen, über die sie selbst die Verfügung in der Hand haben.

Gemeindeverwaltungen als Mitglieder des Konsumvereins.

Wir möchten das Zetergeschrei hören, wenn bei uns in der Schweiz eine Gemeindeverwaltung sich erkühnen wollte, die für ihre Anstalten (wie Armen-, Kranken- und Waisenhäuser) benötigten Lebensmittel vom Konsumverein zu beziehen. Und doch wäre das der natürlichste Vorgang von der Welt, denn diese Anstalten sind doch nicht dazu da, um den Kleinhandel zu erhalten, sondern vor allem und über alles zum Wohle der Gesamtheit.

Stellt sich eine Gemeindeverwaltung schon einmal auf diesen Standpunkt, d. h. fühlt sie sich tatsächlich als Vertreterin dieses allgemeinen Wohles, so muss sie auch demgemäss handeln, ob es nun diesen oder jenen Sonderinteressenten, Krämern, Wirten oder Hausbesitzern, genehm ist oder nicht. Tut sie es nicht, so beweist sie damit gerade, dass für sie nicht das Interesse der öffentlichen Wohlfahrt als Richtschnur gilt, sondern ganz einfach, dass sie in den Fesseln eben jener Sonderinteressenten steckt. Dass uns gewisse monarchische Staatswesen in dieser Beziehung über sind, beweist uns z. B. das Vorgehen gewisser deutscher Munizipalverwaltungen, die sich oft nicht scheuen, im Interesse der öffentlichen Hygiene ohne irgendwelche Rücksichtnahme über alle Sonderinteressen hinwegschreiten, während das Charakteristikum der Demokratie bei uns eben darin zu bestehen scheint, auf die durch solche Reformen bedrohten Interessen allzu ängstlich Rücksicht zu nehmen — so sehr, dass das allgemeine Interesse oft der unterliegende Teil ist. Und das nennt man dann Freiheit!

Aehnlich ist es mit der Haltung der Behörden den Konsumvereinen gegenüber. Liegt es z. B. nicht auf der Hand, dass das öffentliche Wohl mehr gefördert wird dadurch, wenn eine Gemeindeverwaltung ihre Bedürfnisse an Lebensmitteln beim Konsumverein deckt, wo sie nicht bloss besser, billiger und aufrichtiger bedient wird, sondern damit auch zugleich ein gutes gemeinnütziges Werk unterstützen hilft, als wenn sie die Steuergroschen der Gesamtheit den Krämern und Händlern in die Taschen spielt? So sind wir denn auch nicht überrascht, wenn uns Herr Dr. Cassau, von einer Studienreise in England zurückkehrend, in der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau» (Nr. 31, Seite 600) erzählt:

«Wie im sozialen so haben sich die Konsumvereine auch im öffentlichen Leben durchgesetzt. Sie stehen mit allen Behörden auf bestem Fusse. Bei der Organisierung des landwirtschaftlichen Genossenschaftswesens hat die Regierung stets mit dem Genossenschaftsbund zusammengearbeitet und seine Vertreter zu seinen Sitzungen hinzugezogen. Dasselbe Verhältnis besteht gegenüber den örtlichen Behörden. Auch hier vollstes Einvernehmen; «sie tun alles für uns, was sie können», wurde mir mehrfach auf meine Frage geantwortet. Ich fand Vereine, die sämtliche Brotlieferungen in der Stadt für Krankenhäuser und andere ähnliche Institute haben. **Keinem Menschen würde es einfallen, das zu monieren.** Interessant war der Kongress in Aberdeen in dieser Hinsicht. Der Lord-Provost (Oberbürgermeister), ein Grosskaufmann, war anscheinend von der Genossenschaftsidee nicht durchdrungen, er vermied in seinen Reden jedes Eingehen auf genossenschaftliche Ideale und feierte nur in sehr allgemeinen Worten die Grösse und Bedeutung des Kongresses. Das fiel aber nur ein paar Fachleuten auf, die schärfer zuschauten. Alle Reden waren so ausserordentlich herzlich und der Empfang der Delegierten in der städtischen Kunsthalle so vornehm und grosszügig organisiert, dass man merkte, die Genossenschaftsbewegung ist hier eine anerkannte Macht, mit der jeder auf gutem Fusse bleibt, auch wenn er als privater Geschäftsmann seine eigene Meinung über das Verhältnis von Konsument und Produzent hat.»

Andererseits berichtet uns unser Freund Lindberg aus Schweden, dass letzthin die Gemeinde **Beattfors** Mitglied des dortigen Konsumvereins geworden sei, indem sie beschloss, die für die kommunalen Anstalten benötigten Lebensmittel nur noch vom Konsumverein zu beziehen.

Man vergleiche hiemit die Haltung unserer Behörden, man vergleiche hiemit insbesondere die Haltung eines Dr. Tschumi als Mitglied der Berner Regierung und man wird die ganze Distanz ermessen, die unsere «Demokratie» und die Regierungsweisheit gewisser «Staatsmänner» unseres Landes von diesen Zuständen in monarchischen Staaten trennt. «Aber was beklagt ihr euch denn, habt ihr nicht die Behörden und Vertreter, die ihr verdient, denn ihr selbst seid es doch, die sie wählen» — höre ich eine Stimme mir zurufen. Und in der Tat, vielleicht werden die Konsumenten gut tun, sich künftighin dieser Wahrheit zu erinnern — wenn sie zur Wahlurne schreiten . . . . *mt.*

Die Rückvergütung ist eine Ersparnis und kein Einkommen.

Dieser für die Konsumgenossenschafter selbstverständliche Begriff wurde vor kurzem durch eine unserer Bewegung feindlich gegenüberstehende Organisation bestätigt.

Die Handelskammer in Stuttgart nämlich hat, in einem Gutachten über die Besteuerung der Konsumvereine, das zum Schlusse für die Konsumgenossenschaften ohne innere Gründe allerdings ungünstig ausfiel, folgendes festgelegt:

«Die Mitglieder (der Konsumvereine) erzielen also aus den Rückvergütungen des Konsumvereins keine Erhöhung ihres Einkommens, sondern sie ersparen sich nur Ausgaben, die sie beim Bezug vom Kleinkaufmann in der Regel nicht vermeiden könnten;

das Plus über den Nettopreis, das dort den Gewinn des Kaufmanns ausmachen würde, fliesst hier in die Taschen der Käufer zurück.»

Mit Recht bemerkt hierzu die Redaktion des «Württembergischen Genossenschaftsblattes», dem wir obige Notiz entnehmen: Dieses geradezu klassische Zeugnis gegen die Besteuerung nicht nur des Rabattes, sondern der Konsumvereinsrückerstattung überhaupt, ist ein recht wertvolles Argument gegen die Steuergesetzgebung selbst, soweit sie die Konsumvereine trifft, aber auch gegen den ganzen zweiten Teil des Gutachtens der Handelskammer. *Es hat sich selbst das Urteil gesprochen.*

Zum 25jährigen Jubiläum

des

Konsumvereins Grabs.

Wie ein Athlet, ein Herkules nicht als solcher geboren wird, sondern seine Kraft nur allmählich durch beständige Uebung und Anstrengung erwirbt, ebenso kann auch ein Konsumverein nur gedeihen und erstarken dadurch, dass er gezwungen ist, immer schwerere Lasten zu heben, mit immer neuen Schwierigkeiten zu kämpfen. In dieser Hinsicht kann man nun nicht sagen, dass der Konsumverein Grabs vom Schicksal verwöhnt oder gar verhätschelt worden wäre. Die vorliegende Schrift gerade zeigt uns, dass er an Mühsalen ein vollgerüttelt Mass durchzumachen hatte. Darum steht er aber heute auch da als ein Beispiel von bodenständiger Kraft und Gesundheit und allen Gefahren und Angriffen trotzend.

Es war im Jahre 1888 als, veranlasst durch den raschen Erfolg des in der Nachbargemeinde Buchs ins Leben getretenen Konsumvereins, eine Zahl Einwohner von Grabs auf den Gedanken kamen, ihre Gemeinde ebenfalls mit solch einer wohltätigen Einrichtung zu beglücken. Am 15. Januar beschloss eine zu diesem Zwecke von der Lesegesellschaft einberufene Versammlung, die Gründung eines Konsumvereins in die Wege zu leiten. Am 12. Februar schon konnte die konstituierende Versammlung stattfinden. Wie es zu jener Zeit noch üblich war, konstituierte sich der Verein zunächst in Form einer Aktiengesellschaft, die sich erst im Jahre 1909 in eine reine Genossenschaft umwandeln sollte.

Wir können hier auf all die Wechselfälle dieser 25-jährigen Geschichte nicht eingehen. Es genüge, festzustellen, dass trotz wiederholter Unstimmigkeiten und Reibereien, dass trotz vorübergehender Rückschläge die Entwicklung unaufhaltsam weiterschreitet wie auf einer leicht ansteigenden Fusswegtreppe. So stieg die Zahl der Mitglieder stufenweise von 300 im Jahre 1888 auf 720 im Jahre 1913, während der Jahresumsatz von Fr. 80,000 auf Fr. 306,731 und die Reserven auf Fr. 45,000 anwuchsen. Die Totalsumme der Rückvergütungen, die ohne den Konsumverein auf Nimmerwiedersehen in den Taschen der Krämer verschwunden wäre, beläuft sich auf Fr. 410,310. Dass die Verwaltung ebenfalls in guten Händen liegt, beweist folgendes Beispiel: Um der Genossenschaft für ihre künftige Ausdehnung den nötigen Platz zu sichern, beschloss der Vorstand im Jahre 1909 eine ihm zum Kauf angebotene und an das Konsumgebäude angrenzende Liegenschaft zum Preise von Fr. 20,000 zu erwerben, in der ganz richtigen Meinung, dass solch eine Gelegenheit sich wohl kaum mehr bieten würde. Als nun die hierauf folgende Generalversammlung den Ankauf verwarf, konstituierte sich der Vorstand als Konsortium um gegen die momentane Kurzsichtigkeit der Majorität der Mitgliedschaft dem Verein das Anwesen dennoch zu sichern. Als dann 2 Jahre später das Bedürfnis einer Vergrösserung der Gebäulichkeiten sich in der Tat fühlbar machte, war die Generalversammlung froh, den früher zurückgewiesenen Kaufvertrag unter denselben Bedingungen anzunehmen.

Kurz, wie die Geschichte der meisten Konsumvereine, so zeigt auch die vorliegende was trotz aller Anfeindungen und Widerwärtigkeiten vereinte Kraft und treues Zusammenhalten vermögen. Diese Ausdauer, diese unentwegte Pflichterfüllung kann nie genug gewürdigt werden.

Den Kampf gegen das Borgunwesen will auch der Verband schweiz. Metzgermeister aufnehmen; dagegen geht aus dem Referate, das der Sekretär dieses Verbandes an der Generalversammlung vom 12. Oktober hierüber gehalten hat, hervor, dass die Metzger in diesem Kampfe versagen. «Ich habe die Ueberzeugung gewonnen,» erklärte der Referent, «dass die Metzger das Kreditieren nicht einschränken wollen, ja es scheint geradezu, dass gegenwärtig noch weiter gegangen wird als früher; viele Metzgermeister sind eigentlich stolz darauf, dass sie kreditieren dürfen», etc.

Und trotzdem wagt man auch von dieser Seite die Konsumvereine als gemeinschädliche Institutionen hinzustellen, trotzdem solche erreicht haben, was den Metzgern unmöglich ist.

Zum Jahresbericht des Konsumvereins St. Gallen.

Wenn dieser Konsumverein (Aktiengesellschaft) auch fortfährt, den Verband, bezw. die Notwendigkeit des Zusammenschlusses der allgemeinen Konsumenteninteressen zu ignorieren, so ist damit nicht gesagt, dass wir es ihm gegenüber auch so machen sollen, denn im Grunde genommen, ist es ja nicht die Masse der konsumierenden Bevölkerung, die ihn zu dieser Haltung zwingt (da doch deren Interesse eher darunter leidet), sondern einzig und allein das Sonderinteresse einer gewissen Anzahl von Aktieninhabern. Der uns vorliegene Jahresbericht, umfassend den Zeitraum vom 1. Juli 1912 bis 30. Juni 1913 konstatiert mit Bedauern, dass wohl infolge der auf der Stickereiindustrie lastenden Geschäftskrisis, die Zunahme eine sehr geringe war. Die Zahl der Mitglieder ist nur um 18 gestiegen und beträgt zurzeit 9037; auch der Umsatz zeigt nur eine unbedeutende Zunahme — von Fr. 2,279,900 im Vorjahre stieg derselbe auf Fr. 2,281,788 in diesem Jahre. Wie aus den verschiedenen Konten ersichtlich ist, zeigen im eigenen Geschäft fast alle Zweige — mit Ausnahme der Bäckerei — sogar einen Umsatzrückgang. Wenn trotzdem der zu verteilende Nettoüberschuss keine Abnahme erfahren hat, so ist das vornehmlich dem Umstand zuzuschreiben, dass die Neuanschaffungen und Abschreibungen auf ein Minimum be-

schränkt wurden. — Wir möchten hiezu nur bemerken, dass, wenn nach Angabe des Berichtes der Umsatzrückgang auf die Krisis in der Stickereiindustrie zurückzuführen ist, unser Verbandsverein in Arbon, dessen Bevölkerung vielleicht noch viel ausschliesslicher von dieser Industrie lebt, doch auch einen Stillstand oder Umsatzrückgang hätte aufweisen müssen, was jedoch nicht der Fall ist; verzeichnet derselbe doch trotzdem noch eine Zunahme von Fr. 80,000 auf einen Umsatz von Fr. 800,000. Diese Tatsache lässt darauf schliessen, dass obiger Rückgang wohl noch andere Gründe haben muss. — Besonderes Interesse verdient sodann noch was der Bericht schreibt über die auf Anlass der Stadtverwaltung letzten Winter unternommene Notstandsaktion:

«Trotz den letztes Jahr gemachten, nicht gerade ermunternden Erfahrungen, gelangte der Stadtrat wiederum mit dem Gesuch an uns, um Uebernahme des Verkaufs von billigen Lebensmitteln an Unbemittelte. Nachdem ein Versuch, diese Aktion mit dem Spezierer-Verband gemeinsam durchzuführen, an den von demselben gestellten für uns aus betriebstechnischen Gründen jedoch unannehmbaren Bedingungen scheiterte, übernahmen wir auf Wunsch des Stadtrates den Verkauf auch im verflossenen Winter. Trotzdem derselbe durch Eröffnung von vier neuen Verkaufslokalen in den beiden Aussengemeinden, sowie Vermehrung der zum Verkaufe gelangenden Waren auf viel breitere Basis gestellt wurde und auch in der Abgabe der Bezugskarten Erleichterungen eintraten, ist die Frequenz doch weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Ja dieselbe darf, speziell was die Lokale in den Aussengemeinden anbelangt, ruhig als kläglich bezeichnet werden, ist doch der Umsatz im Tuchhaus allein höher gewesen, als in den anderen vier Verkaufsstellen zusammen! Nach den gemachten Erfahrungen dürfte eine nochmalige Wiederholung der Organisation, wenigstens in dieser Form, wohl unterbleiben.»

Blüten der Händler-Konkurrenz.

Zu was für Denunziantenstücklein die Profitgier der Händler untereinander verleitet, um die «liebe» Konkurrenz zu verdächtigen und zu schädigen, zeigt der nachstehende Bericht des Polizeigerichts der Stadt Basel, den wir den «Basler Nachrichten» vom 25. Oktober entnehmen. Es heisst darin:

Ein hässliches Bild aus dem Konkurrenzkampf entrollte sich in der heutigen Verhandlung vor Polizeigericht. Der Agent einer hiesigen Händlervereinigung hatte den Inhaber einer Kolonialwarenfirma, der wie es scheint der Verbindung nicht angehört, wegen Verkaufs von offenem Branntwein über die Gasse verzeigt. Tatsächlich besitzt die Firma für ihre Filialen die Bewilligung zum Verkauf von Qualitätsspirituosen, die sie im Laden in Flaschen abfüllen, etikettieren, verkorken und verkapseln lässt, bevor sie abgegeben werden; sie erfüllt also alle gesetzlichen Vorschriften. Der denunzierende Agent bestürmte nun eine Verkäuferin, ihm ein kleines Quantum Branntwein in ein mitgebrachtes Fläschchen zu geben. Nach vielem Zureden verstand sie sich dazu, erklärte aber, dass sie das kleine Quantum schenke. Der Agent legte allerdings 20 Cts. auf den Tisch. In einer anderen Filiale misslang der Trick, so dass er eine etikettierte Flasche kaufte. Beide Flaschen übergab er der Polizei. Der Verzeigte bestreitet, dass die zweite Flasche in ihrer jetzigen Verfassung abgegeben wurde; sie ist nicht verkapselt und trägt die Aufschrift «Rum», während sie anscheinend Trester oder Trusen enthält. Nachdem Staatsanwalt und Verteidiger das denunziatorische Verhalten des Anzeigestellers gebührend beleuchtet, erkennt das Gericht antragsgemäss auf Freispruch und auferlegt die Kosten dem Staat.

Händler, die aus nacktem Konkurrenzneid zu solchen Mitteln greifen, um ihre Gewinnquote zu erhöhen, handeln auch ihren Kunden gegenüber skrupellos und ausbeuterisch. Sie sind daher auch die besten Propagandisten zur Verbreitung unserer konsumgenossenschaftlichen Idee.

Zum Jahresbericht des Konkordiaverbands.

Am Sonntag den 28. September fand in Zürich die Jahresversammlung des Verbandes der Konkordia-Genossenschaften statt. Aus dem derselben erstatteten Jahresbericht entnehmen wir, dass dem Verband nun 29 Genossenschaften angeschlossen sind, mit einem Gesamtumsatz von Fr. 2,271,833 in 46 Verkaufsstellen. Hievon hat der Verband für Fr. 1,379,646 d. h. 63,48% sämtlicher Waren geliefert. Diese Ziffern nach einer bereits 7-jährigen Tätigkeit des Verbandes zeugen nicht gerade von gewaltigen Fortschritten.

Die Generalversammlung in Zürich war von 53 Delegierten besucht. Aus den Verhandlungen ist weiter nichts bemerkenswertes zu berichten, als dass der bisherige spiritus rector Herr Prof. Jung die Zeit für gekommen hielt «in die Reserve zu treten»; er wurde in seinem Amte als Aufsichtsratsmitglied ersetzt durch Herrn Kantonsrat Brielmaier, St. Gallen.

Unsere Freunde, die sich schon wiederholt aufregten über diese widersinnige Konkurrenz, mögen also beruhigt sein — die allgemeine Konsumentenorganisation hat von dieser Seite nicht viel zu befürchten, denn entweder ist es den Konkordia-Konsumvereinen ernst mit der Wahrung der Konsumenteninteressen und dann können sie, in Verfolgung dieses Zwecks, nicht anders als sich uns nähern; oder aber es ist ihnen damit nicht ernst. In letzterem Falle würden sie dann den Beweis liefern, dass ihre Sonderorganisation nur ein Mittel ist zu Zwecken, die man der Oeffentlichkeit gegenüber nicht einzugestehen wagt. Jedenfalls ist diese Zweideutigkeit nicht dazu angetan, das Vertrauen eines grösseren Publikums auf sich zu lenken. Alles was sie bei dieser Taktik erreichen können ist, die einheitliche Zusammenfassung der Kaufkraft des Volkes hintanzuhalten — zum alleinigen Nutzen der Kapitals- und Krämerinteressen.

Der „Spezereihandel" auf dem Holzweg!

Nachdem der Steuerplan des Herrn Schwarber, sowohl im «Konsum-Verein» als auch im «Genossenschaftlichen Volksblatt» gebührend analysiert und heimgeschickt worden ist, beklagt sich der «Spezereihandel» über das dem Herrn Schwarber vermeintlich zugefügte «Unrecht» bitter und ruft entrüstet aus «Wo ist die Steuerstatistik der Konsumvereine?»

Um eine Antwort auf diese Frage sind wir auf jeden Fall nicht so verlegen wie die verehrliche Redaktion des «Spezereihandel» es sein müsste, wollten wir den Spiess umdrehen und fragen: Wo ist die

Steuerstatistik der Vereinigten Spezereihändler der Schweiz?

Bekanntlich gibt der V. S. K. alljährlich eingehend durchgearbeitete «Statistische Erhebungen über den Stand und die Entwicklung seiner Verbandsvereine» heraus. In diesen statistischen Erhebungen findet sich nun auch eine Rubrik Steuern und Patente, in welche die genauen Steuersummen, die die Vereine zu entrichten haben, eingetragen werden. In einer andern Rubrik wird prozentual berechnet, wie hoch die bezahlte Steuersumme jedes Vereins im Verhältnis zum Umsatz und zum Uberschuss sich stellt.

So haben im Jahre 1911 284 unserer Verbandsvereine an Steuern (Patente nicht inbegriffen) Fr. **405,534** bezahlt, was durchschnittlich 0,4% vom Umsatz oder 4,9% vom Ueberschuss ausmacht.

Wir ersuchen die Redaktion des «Spezereihandel» höflich, uns ebenso genaue Angaben über die Steuerverhältnisse der dem Schweizer. Spezereihändler-Verband angehörenden Spezierer zu vermitteln.

Die Getreideversorgung der Schweiz.

Unter diesem Titel ist in der schweizerischen Zeitschrift«Der Ekonomist» vor einigen Wochen eine anscheinend von einem Fachmanne stammende Artikelserie publiziert worden, die in folgender Weise den Einfluss, den die M. S. K. auf die Getreide- und Mehlversorgung der Schweiz gewinnen wird, einschätzt:

«Durch den Verband schweizerischer Konsumvereine wurde bekanntlich vor etwa acht Monaten die «Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine» gegründet, durch die der Ankauf der Stadtmühle Zürich erfolgte. Dadurch ist der Verband in den Besitz der grössten schweizerischen Mühle gekommen. Die Brotkonsumenten sind also selbst Müller geworden und haben nun gar kein Interesse daran, dass ihnen der Staat das Geschäft aus der Hand nimmt. Der Tod Eugen Maggis war für das junge Unternehmen ein schwerer Schlag, aber die Mühlengenossenschaft wird ihn überwinden, denn an ihrer Spitze stehen tüchtige und zielbewusste Männer. So wird der Genossenschaft auch auf diesem Gebiete der endliche Erfolg nicht ausbleiben. In Jahr und Tag wird der Verband vor der Notwendigkeit stehen, in der West-, Zentral- und Ostschweiz eine Anzahl weiterer Mühlen zu erwerben — Neubauten dürften sich als unnötig erweisen, weil der Verband heute schon unter den «schönsten Mühlen des Landes» wählen kann—und dann dürfte der Moment kommen, *wo etwa 50% unseres Mehl- und Brotbedarfes durch die Konsumvereine gedeckt werden.* Die Leiter des Verbandes genössen zu unrecht den Ruf tüchtiger Geschäftsleute und zielbewusster Politiker, wenn sie diese starke Position nicht dazu ausnutzten, *die Sicherstellung unserer Getreideversorgung selbst in die Hand zu nehmen* und dem Bund ihre Bedingungen für die Assekuranz zu diktieren. *An Stelle des Staatsmonopols wird daher das Genossenschafts- eventuell das Parteimonopol treten.*

Damit möchten wir durchaus nicht gesagt haben, dass dies ein Unglück für unser Land wäre. Wenn der Verband seine kolossale Machtstellung niemals missbraucht, könnten wir uns mit diesen Zuständen abfinden. Sollte aber bei einem Generalstreik auch der Betrieb in den Konsummühlen und -bäckereien stillstehen, oder sollte — was noch ärger wäre — die Brotausgabe nur auf die Mitglieder der Konsumvereine beschränkt werden, dann hätten wir allerdings mit ganz unerträglichen Verhältnissen zu rechnen. Möglich, dass dies nur Phantastereien sind, aber ihre Verwirklichung liegt doch im Bereich der Möglichkeit. Heute denken die Leiter unserer Konsumvereine ganz gewiss nicht an so drakonische Massregeln, aber die Verhältnisse können stärker werden als sie. Unter keinen Umständen dürfen wir müssig zusehen, wie unsere Mühlenindustrie gänzlich zugrunde geht und an ihre Stelle die Mühlengenossenschaft der Konsumvereine tritt.»

Der Verfasser dieser Artikelserie traut uns da Zukunftspläne zu, weitgehender als wir selbst solche bis jetzt zu hegen wagten. An und für sich liegen seine Prophezeiungen ja durchaus in der von uns verfolgten Richtung und wir hoffen, mit der Zeit ein gutes Teil davon verwirklichen zu können; andererseits sind wir uns der Schwierigkeiten, die uns entgegenstehen, viel mehr bewusst als der mit den internen Konsumvereinsverhältnissen doch noch nicht so vertraute Verfasser, und trotz den grossen Umsatzvermehrungen der letzten Jahre wissen wir, dass die Zunahme der Mehl- und Brotproduktion durch die Konsumvereine nicht so schnell vor sich gehen wird, als im «Ekonomist» in Aussicht gestellt. Bis wir die *50%* des gesamten Mehlbedarfes der Schweiz selbst herstellen, und vermitteln, — das soll zwar kein Maximum sein — wird noch viel Wasser den Rhein herunterfliessen. Das mag am besten ersehen werden daraus, dass heute die gesamte Mehlvermittlung der Konsumvereine wohl noch nicht viel mehr als 10% des Gesamtkonsums ausmacht.

Die Befürchtung, dass die Konsumvereine einmal ihre Macht missbrauchen würden, ist wohl nicht ernsthaft geäussert. Liefern einmal die Konsumvereine 50% des Bedarfes, dann ist auch jedermann Konsumvereinsmitglied oder kann es wenigstens werden! Davor braucht also niemand Angst zu haben! Dass sogar ein so gescheiter Mann, wie der Verfasser der erwähnten Artikelserie zu sein scheint, glauben machen will, die Mühlengenossenschaft könnte ein eventuell einmal durch die Macht der Entwicklung entstehendes Genossenschaftsmonopol in ein Parteimonopol umwandeln, ist allerdings ein starkes Stück und da könnte ihn der Redaktor des «Economist», der die Verhältnisse und Entwicklungstendenzen aus kleinerer Distanz kennt, eines Besseren belehren! *Sch.*

Volkswirtschaft.

Die Angestellten der Kaufhäuser

in den Grosstädten Deutschlands bilden heute, — wie wir einer Notiz in der «Konjunktur» entnehmen — schon einen erheblichen Bruchteil der im Warenhandel beschäftigten Personen überhaupt. In Berlin z. B. beschäftigen die grösseren Kaufhäuser zusammen ein Personal von zirka 20,000 Köpfen. Hiervon entfallen auf die Warenhäuser der Firma A. Wertheim 5000, auf die drei Geschäfte von H. Tietz zirka 4800, auf das Kaufhaus des Westens 1500 bis 2000 und auf die übrigen Jandorf'schen Warenhäuser 2500 bis 3000 Personen. Im Passagekaufhaus sind 950 und in den beiden anderen Ge-

schäften der Firma W. Wertheim zusammen 1120 Angestellte tätig. R. Hertzog beschäftigt in seinem Kaufhaus zirka 2500 und N. Israel zirka 1200 Personen. Diese Ziffern sind jedoch keineswegs konstant, sie wechseln mit der Saison.

Alle diese Gruppen von Angestellten und Arbeitern, die äusserlich zwar «unselbständig» — in Tat und Wahrheit aber wirtschaftlich viel freier und selbständiger sind als die grosse Masse der Kleinhändler und Krämer, sie alle helfen mit, den neuen, starken Mittelstand herauszuarbeiten.

Aus der Praxis

Barzahlung!

Ueber Barzahlung ist schon so viel geschrieben worden, dass die Meinung Platz greifen könnte, es sei nicht mehr notwendig, hierüber auch nur eine Zeile zu schreiben. Die täglichen Beobachtungen, welche diesbezüglich gemacht werden, beweisen aber das Gegenteil. Es macht mir so den Eindruck, dass in den letzten Jahren da und dort die Zügel der Barzahlung weniger straff angezogen werden, als dies wünschbar ist. Die Ursachen sind verschiedener Natur, aber keineswegs derart zwingend, dass sie nicht bekämpft werden könnten. Es besteht vielerorts nur zu leicht das Bestreben, auf alle mögliche Weise den Konsumenten entgegenzukommen, ohne zu bedenken, dass dadurch die solide Basis verlassen und die ganze Genossenschaft auf eine schiefe Ebene gebracht wird.

Die Konsumgenossenschaft muss schon im Interesse der Gleichbehandlung aller Mitglieder auf Barzahlung dringen. Die Barzahlung ermöglicht auch eine vorteilhaftere und rationellere Geschäftsführung. Der Ladendienst wird durch die Barzahlung vereinfacht; die Verkäuferin hat nicht doppelte Arbeit; sie kommt nicht in Gefahr, Kreditposten im Drange der Bedienung zu vergessen, worauf auch Manki sich gründen können.

Die Barzahlung liegt aber nicht nur im Interesse eines geordneten Geschäftsbetriebes, sondern auch in demjenigen der Mitglieder.

Eine Haushaltung, die auf Kredit Waren kauft, und die sonst redlich bestrebt ist, ihren Pflichten nachzukommen, wird manche schwere Stunde durchmachen; manche Differenz muss zwischen Vater und Mutter erledigt werden, die bei Barzahlung ihrer Bedarfsartikel nicht entstanden wäre.

Hoch und heilig wird mir manchmal beteuert, dass ohne Kreditieren nicht auszukommen sei, dass die Konkurrenz auf Kredit verkaufe und dass die Konkurrenz nirgends so scharf sei, wie gerade auf ihrem Platze!

Derartige und ähnliche Aeusserungen höre ich nicht nur an einem Orte, sondern mancherorts.

Es ist ja begreiflich, dass die Konkurrenz, angefacht durch die Konsumgenossenschaften, ihren Betrieb verbessert hat, dass sie sich mehr Mühe gibt und mit wenigerem sich begnügt. Aber dass wir Genossenschafter nun den gleichen Fehler begehen sollen, wie die Krämer, und auf gut Risiko hin auf Kredit verkaufen sollen, das halte ich grundsätzlich als verfehlt.

Wenn einer eines Apfels wegen in die Aare springt und dabei ertrinkt, soll ich dann das auch tun? Doch gewiss nicht, so etwas fällt mir nicht ein, und es wäre zu wünschen, wenn unser Gleichnis von den Genossenschaftern mehr beherzigt würde.

Da entsteht nun die weitere Doppelfrage: wie soll der Uebergang zur Barzahlung vor sich gehen, und wie kann die Barzahlung gefördert werden?

Es ist klar, dass wenn die Statuten über die Barzahlung nichts stipulieren, dass die Generalversammlung hierüber befragt werden muss, oder es wäre denn, dass die Erledigung dieser Frage in die Kompetenz des Vorstandes fällt. Der Uebergang zur Barzahlung wird wohl dadurch am leichtesten gemacht, dass ca. 3—6 Monate zum voraus der Beginn der Barzahlung beschlossen wird. Den allgemeinen Verhältnissen entsprechend, dürfte der Moment der Auszahlung der Rückvergütung der geeignetste sein. Die Rechnungen der Konsumenten müssten an diesem Tage abgeschlossen und die Saldi zur ratenweisen Abzahlung vorgetragen werden. Eine Frist von 6 Monaten bis zu einem Jahr könnte für die Saldierung eingeräumt werden.

Was fördert nun die Barzahlung? Gewiss in erster Linie eine gute Ware zu billigem Preise. Da, wo die Leute im allgemeinen nur dem Billigsten nachjagen und die gute Qualität nicht zu schätzen wissen, ist es der Konkurrenz gemäss angezeigt, auch Waren II. Qualität zu führen. Verschiedene Erhebungen, welche in der letzten Zeit bei der Konkurrenz gemacht worden sind, haben ergeben, dass die Ware der Konsumgenossenschaften bei gleichem Preise in der Qualität besser, oder bei gleicher Qualität im Preise billiger waren. Diese Feststellung ist von erheblicher Bedeutung.

Da, wo der Umsatz Fr. 100,000 erreicht, kann die Barzahlung, und sagen wir auch die Treue zum eigenen Laden, durch Konsummarken mächtig gefördert werden.

Um die Leute hierfür zu gewinnen, ist es zweckmässig, vorher die nötige Aufklärung zu erteilen und das richtige Verständnis, speziell bei den Hausfrauen, hierfür zu wecken. Ich habe überhaupt nicht nur die Auffassung, sondern die vollendete Ueberzeugung, dass die Konsumgenossenschaften, mit einigen wenigen Ausnahmen, viel zu wenig sich um die Hausfrauen bekümmern. Was tun die Männer? Wieviele unter ihnen klären ihre Frau über das Konsumgenossenschaftswesen auf? Wieviele machen sie mit dem Wesen, Zweck und Nutzen der Konsumgenossenschaft bekannt? Wieviele berichten ihren Frauen über das, was an der Generalversammlung gegangen ist? Wie wenige sind es, welche die Hausfrauen an die Generalversammlung mitnehmen, oder sie zum Besuche derselben animieren?

Sehr wenige sind es! Und gerade deshalb ist es notwendig, dass die Verwaltungen der Konsumgenossenschaften selber dasjenige tun und veranlassen, was die einzelnen Ehemänner ihren Frauen gegenüber zu tun unterlassen.

Die Frauen sind eine Macht, die im Wirtschaftsleben zum grossen Teil brach liegt.

Diese Kraft auszulösen und zum Schutze des Volkes, zum Trutze der Gegner zu fruktifizieren, ist die Aufgabe der Konsumgenossenschaft. *Argus.*

Kreiskonferenzen

Herbstkonferenz des IV. Kreises.

(F. G.) Wollte der Berichterstatter auch nur einigermassen wiedergeben, was den Delegierten am Sonntag, den 2. November in Pratteln geboten wurde, so würde die Berichterstattung zu lang. Nicht

nur enthielten die zwei gehaltenen Referate eine Fülle des Interessanten, sie regten auch an zur Widerrede, und so ist es zu verstehen, dass die Anwesenden einer Konferenzberatung folgen durften, die weit mehr als irgend eine andere zuvor durch temperamentvolle und reichliche Diskussion belebt war.

Herr Dr. O. Schär hatte die Freundlichkeit, über «Konzentrationsbestrebungen im Konsumgenossenschaftswesen» seine persönlichen Anschauungen vorzutragen. Nicht nur auf staatlichem Gebiete, so führte Hr. Dr. Schär ungefähr aus, sondern mehr und mehr auch auf privatwirtschaftlichem Boden lernen wir Konzentrationsbestrebungen der mannigfachsten Art kennen. Davon sind für die Genossenschaftsbewegung die Warenhäuser und die Filialgeschäfte die hervortretendsten Erscheinungen. In den 15 Jahren, seit denen man sich in der Schweiz mit der Existenz von Warenhäusern hat vertraut machen müssen, sind diese den Konsumvereinen nicht besonders gefährlich geworden, wohl bloss deshalb, weil jene meistens nicht die nämlichen Waren führen wie diese. Die Betriebskonzentration, welche uns die Warenhäuser veranschaulichen, haben diese sogar bis zur Schaffung gemeinsamer Einkaufsstellen gedeihen lassen. Es ist keine Frage, dass dadurch die Konjunkturfaktoren in weitgehendem Masse ausgenützt werden können. Auch die Filialgeschäfte sind keinem unter uns mehr unbekannt, doch ist deren Konkurrenz in Belgien und Frankreich eine viel drückendere als in der Schweiz. Der Vortragende machte die Zuhörer mit einigen typischen Beispielen solcher Unternehmungen bekannt, die in ihren vielhunderten Voll- und Halb- oder Scheinfilialen Hunderte von Millionen umsetzen und eigene grossangelegte Fabriken betreiben.

Sind nun die Konsumvereine gegen den Keil dieser Privatkonkurrenz gefeit? Nein, obschon unsere kleinen schweizerischen Verhältnisse ihre Entwicklung im Vergleich zu den Grosstädten des Auslandes nicht sonderlich begünstigen. Aber unsere genossenschaftlich organisierte Abwehr ist zu schwach. Ausserhalb der 30 grössten Verbandsvereine, die 60% der Mitglieder ausmachen, ist unsere Bewegung im allgemeinen zurückgeblieben. Der Referent vertritt die Ansicht, dass man sich neuerer Betriebsmethoden bedienen, dass man sich die neuzeitlichen Konzentrationsideen nutzbar machen und sich auf Bezirkskonsumvereine einrichten sollte. Die Unzulänglichkeit der kleinen Konsumvereine liegt auf der Hand, wenn es gilt, mit Warenhäusern und Filialgeschäften in Konkurrenz zu treten. Von den 330 kleinen Vereinen ist keiner in der Lage, sich zu einem integralen Konsumverein auszuwachsen.

Vom Genossenschaftsbund, den wir heute darstellen, zum Genossenschaftsstaat ist der Schritt jetzt noch zu gross; der föderative Charakter ist für unsere nationale Konsumvereinsbewegung die zweckmässigste Form. Die Einwohnerzahl der Schweiz wäre zwar kein Hindernis für die Zusammenfassung der Kräfte zum Einheitsverein. So hat Gross-Berlin nur e i n e einheitliche Konsumgenossenschaft; in das gewaltige Gebiet der Stadt Paris und seine Einwohnerzahl teilen sich nur vier Vereine und der Konsumverein in Bremerhafen nennt ein Wirtschaftsgebiet von 100 km im Durchmesser sein eigen.

Was bei uns möglich ist, das ist die Entwicklung zu Bezirkskonsumvereinen; als ein gutes Beispiel eines solchen ist die Birseck'sche Produktions- und Konsumgenossenschaft mit Sitz in Oberwil anzusprechen. Mit der Ausdehnung des Tätigkeitsgebietes und des vergrösserten Mitgliederkreises müsste die innere Vereinsorganisation Schritt halten, damit das lebendige Interesse der Mitglieder an ihrer Genossenschaft sich nicht vermindert (dezentralisierte Generalversammlungen, Genossenschaftsrat etc.). Ferner sind die technischen Schwierigkeiten, denen solche weitverzweigte Genossenschaften ausgesetzt sind, nicht zu verkennen. Gleichwohl erweist sich angesichts der privaten Unternehmungslust und Kapitalkraft, der Bezirkskonsumverein für die Zukunft als das richtige Erhaltungs- und Abwehrmittel.

Darum klingt z. B. die Vermutung, dass der politischen Wiedervereinigung von Basel-Stadt und Landschaft eine genossenschaftliche vorausgehen könnte, nicht utopistisch. Die Verschmelzung der drei grossen Vereine von Basel, Oberwil und Liestal und der zwei kleinen von Pratteln und Niederschönthal liegt gewiss im Bereiche der Möglichkeit und würde von den ländlichen Konsumenten kaum bekämpft, denn deren Genossenschaften vermögen nicht alles zu liefern, was sie in Verbindung mit dem A. C. V. Basel zu vermitteln imstande wären. Bis das Gemeinsamkeitsbewusstsein so weit fortgeschritten sein wird, ist indessen zu wünschen, dass die Nachbarvereine aufeinander Rücksicht nehmen und bei ihren Massnahmen die Verschmelzung stets im Auge behalten.

Ein zweites Konzentrationsmittel zur Erlangung grösserer Leistungsfähigkeit sind die Zweckverbände zur Vermittlung von Waren, welche der einzelne Konsumverein nicht oder doch nicht in genügender Auswahl führen kann (z. B. Schuhwaren, Milch, Manufakturwaren etc.) und zur Eigenproduktion (Bäckerei, Möbel). Schliesslich streift der Referent noch einige Neuerungen, die im Rahmen des Verbandes schweiz. Konsumvereine in nächster Zukunft vorzunehmen wünschenswert wäre, um die Organisation der Konsumenten dichter und besser als bisher zu gestalten.

Die weitausschauenden Darlegungen des Referenten waren für die meisten Zuhörer Neuland und wurden mit gespannter Aufmerksamkeit entgegen genommen. Die persönlichen Auffassungen des Hrn. Dr. Schär fanden in der Diskussion im allgemeinen Zustimmung. Dabei wurden aber doch einige Bedenken laut, die die Verwirklichung der Konzentrationsbestrebungen wieder etwas weiter in die Ferne rücken liessen. Herr A n g s t teilt mit, dass die Bezirkskonsumvereine jetzt in Nord- und Mitteldeutschland im Entstehen begriffen seien. Unsere Zwergkonsumvereine würden wahrscheinlich am rationellsten durch den Verband betrieben werden und kleine Genossenschaften in der Nähe von grösseren sollten unter Umständen in Filialen der letztern umgewandelt werden können. Doch muss der schwächere Verein den Anschluss an den stärkern suchen und nicht umgekehrt.

Bei Vorhandensein von Produktionszweigen bestehen für die Fusion gewisse Schwierigkeiten, weil damit gewöhnlich ein verhältnismässig grosser Liegenschaftsbesitz vorhanden ist. Weitere Faktoren, die eine besondere Würdigung erheischen, sind die verteuerte Ladenspedition und Ladenkontrolle und die Frage der Preisberechnung für die exzentrisch gelegenen Verkaufslokale. Mit Energie und gutem Willen sind jedoch alle diese Schwierigkeiten zu überwinden — und sie m ü s s e n überwunden werden, wenn wir uns dem anpassungs-

fähigen Privatunternehmer gegenüber konkurrenzfähig erhalten wollen.

Herr Bolliger frägt sich, ob eine Zentralbäckerei in Basel das Brot rechtzeitig und billig an die entfernten Verkaufsstellen der Birseck'schen Genossenschaft abgeben könnte, und was die Wurstlieferung anbelangt, so hat das Lebensmittelpolizeigesetz zwischen Basel-Stadt und Landschaft hohe Schranken errichtet. Die Konzentration der Vereine um Basel herum dürfte weniger notwendig sein als vielleicht anderswo, weil die Lagerhäuser des Verbandes die Vermittlerfunktion übernehmen könnten. Wenn Herr Jeggli den Ideen des Referenten im grossen und ganzen zustimmt, so macht er doch geltend, dass der einzelne Konsumverein auf wirtschaftlichem Boden das ist, was die Gemeinde für den Bürger ist, nämlich das Feld der unerlässlichen Erziehungsarbeit, auf der die feste Ueberzeugung und die Arbeitsfreudigkeit beruhen. Im Bezirkskonsumverein fühlt sich das Mitglied mehr nur als Käufer und sieht im Konsumverein mehr nur das Geschäft. Vorderhand müssen wir uns darauf beschränken, dass sich der Stärkere des Schwächeren annimmt, wo es not tut. — Herr Direktor Heinis redet einer umfassenderen Freizügigkeit in dem Sinne das Wort, dass die grösseren Vereine die Wertmarken der kleineren an Zahlungsstatt annehmen sollten, damit z. B. die ländlichen Konsumenten ihre Bedarfsdeckung teilweise im städtischen Konsumladen vornehmen können. — In seinem Schlussvotum tritt der Referent den geäusserten Bedenken entgegen, indem er darauf hinweist, dass unsere ausländischen Brudervereine das Problem grosser territorialer Nahrungsmittel-Versorgung gelöst haben und dass die Konkurrenz nicht nach Gemeinde- und Kantonsgrenzen frage. Im Uebrigen wisse auch er, dass so umwälzende Neuerungen nicht von heute auf morgen in die Tat umgesetzt werden können. (Schluss folgt.)

Konferenz des Kreises IX

(Kantone Glarus und Graubünden.)

Sonntag, den 19. Oktober 1913, im Hotel Marsöl in Chur.

Herr Prof. Cadotsch eröffnet als Präsident des Kreises die Konferenz, indem er die verschiedenen Vertreter willkommen heisst.

Von 13 Vereinen waren 33 Vertreter anwesend. Keine Vertretung entsandten die Vereine in Filisur, Jenaz, Schiers, Malans, Poschiavo, Mollis, Näfels, Netstal, Mühleholz. Vom V. S. K. waren anwesend die Herren: Dr. Schär, Vizepräsident der Verwaltungskommission, Sekretär Meyer und Vertreter J. Tischhauser; ausnahmsweise war diesmal noch eine Vertreterin des zarten Geschlechtes zugegen, Frau V. Tischhauser, frühere Angestellte des V. S. K., die, wohlbewaffnet mit gespitzten Bleistiften, dem Aktuar seine Tagesarbeit erleichterte, indem sie mit den Schriftzeichen von «Stolze Schrey» getreulich zu Papier brachte, was gesprochen wurde.

Nach Verlesen und Genehmigung des Protokolls der letzten Versammlung in Glarus erhielt Herr Ulrich Meyer das Wort zu seinem Referate «Genossenschaftspropaganda und Geschäftsreklame», das nachstehend in gekürzter Form folgt:

Wenn wir uns in der Genossenschaftspresse des Auslandes umsehen, so hören wir immer dringender den Ruf nach genossenschaftlicher Aufklärung ertönen. Die wirtschaftliche Umwälzung, die mit dem 16. Jahrhundert im Handel und in der Produktion eingesetzt hat und immer intensiver um sich greift, stellt auch die Genossenschaft vor Probleme, die nur gelöst werden können, wenn wir eine finanziell starke und moralisch gefestigte einheitliche Mitgliedschaft besitzen. Wir müssen uns alo bei Zeiten umsehen, ob nicht auch bei uns, wo zwar der genossenschaftliche Fortschritt erfreulich ist, es an der Zeit ist, sich zu vergewissern, ob nicht noch etwas mehr getan werden könnte, ob wir alles das vorkehren, was geeignet ist, Rückfällen in der Genossenschaftsbewegung vorzubeugen. Eine Grundlage zu einer solchen Selbstprüfung finden wir in der genossenschaftlichen Statistik, und es ist daher sehr zu bedauern, dass es immer noch eine Anzahl Vereine gibt, die diesen jährlichen statistischen Erhebungen zu wenig Verständnis entgegen bringen, sodass es von Jahr zu Jahr schwerer fällt, die vom Verbande im Interesse der Vereine gestellten Fragen beantwortet zu erhalten. Wir dürfen aber auch bei der Prüfung dieser Resultate nicht bloss oberflächlich nach der Umsatzvermehrung fragen, denn dies allein zeigt uns noch nicht ob die Bewegung an Intensität gewinnt. Wenn in den Jahresberichten mit Befriedigung konstatiert wird, dem Umsatz entsprechend habe auch die Mitgliederzahl zugenommen, so beweist dies noch nichts für einen gesunden Fortschritt, denn der Umsatz soll nicht nur steigen im Verhältnis zur Mitgliederzahl, sondern er soll auch pro Mitglied zunehmen. Dies schon aus dem Grunde, weil die Vereine immer neue Artikel einführen. Es kann wohl auch nicht behauptet werden, dass wir die ganze Kaufkraft der Mitglieder bereits besitzen. Der schweiz. Durchschnittsumsatz beträgt ja erst etwa 450 Franken, also kaum die Hälfte von dem, was erwartet werden dürfte.

Es ist daher an der Zeit, uns zu fragen was wir vorkehren müssen, um eine vermehrte Treue seitens der Mitglieder zu erzielen, und da lautet die Antwort darauf: Propaganda und Aufklärung nach innen sowohl als nach aussen. Die grossen Privatfirmen, die ihre Läden zu hunderten errichten, verfügen über Propagandamittel, deren wir uns nicht bedienen können: sie sind weniger skrupulös in der Reklame und im Geschäftsgebaren. Auch sind sie in den Arbeitsverhältnissen weniger entgegenkommend als wir. Umsomehr müssen wir uns bemühen, Mitglieder zu erhalten, die wissen, dass es sich in der Genossenschaftsbewegung nicht um ein blosses Geschäft handelt, sondern um eine Reformbewegung.

Der Redner beleuchtet hierauf die Aufgabe der genossenschaftlichen Presse und die Art, wie sie von den Vereinen zur Propaganda benutzt werden sollte. Ferner weist er auf die Wünschbarkeit der Abhaltung von Propagandaversammlungen und Diskussionsabenden hin, zu denen auch Frauen eingeladen werden sollten und wo Besprechungen über Waren und andere Details aus dem Betriebe vorgenommen werden könnten.

Vor allem aber sollte das Personal zur Mitarbeit gewonnen werden, das in steter Fühlung mit den Mitgliedern steht und daher aufklärend wirken könnte. Wir müssen danach trachten, dass das Verkaufspersonal nicht nur unsere Warenpreise kennt, sondern auch, dass es unsere Presse liest und dass es weiss, was der Konsumverein will. Wir müssen daher dem Personal mehr Literatur zur Verfügung stellen und dafür sorgen, dass sie auch gelesen wird.

Auf diese Weise werden wir dazu kommen, den gewünschten Stock treuer und aufgeklärter Mitglieder zu erhalten.

Der Präsident verdankt das vorzüglich gehaltene Referat und fordert zur Diskussion auf. Dieselbe wird benützt von Herrn van de Meene von Davos, welcher die Ausführungen des Herrn Meyer unterstützt, da er deren Richtigkeit aus eigener Erfahrung bestätigen könne. Er hebt namentlich hervor, dass es oft den Genossenschaftsangestellten an Kenntnis der Genossenschaftsbewegung mangelt und die Aufklärung daher hier in erster Linie einsetzen sollte.

Alsdann machte Herr Dr. Schär der Versammlung interessante, orientierende und belehrende Mitteilungen über die englische und schottische Genossenschaftsbewegung, die er anlässlich des internationalen Genossenschaftskongresses in Glasgow zu studieren, Gelegenheit hatte, in Gesellschaft des Herrn Prof. Cadotsch und anderer schweizerischer Delegierter.

Anschliessend hieran erklärte Herr Dr. Schär, dass auch wir in Zukunft auf besseres Zusammenarbeiten der kleineren und grösseren Genossenschaften angewiesen seien. Herr Dr. Schär macht die Anregung, dass namentlich in diesem Kreise die Frage des bezirksweisen Zusammenschlusses geprüft werden solle, dass namentlich der Konsumverein Chur sich der Gründung von Konsumvereinen in den bündnerischen Ortschaften annehmen und eventuell in der Umgebung Filialen errichten sollte und überweist diese Frage dem Kreisvorstande.

Mittlerweile ist es Mittag geworden und wird noch zum Schlusse ein kleiner Span des Konsumvereins in Davos mit der Redaktion des «Gen. Volksblattes» behandelt und in Minne erledigt, und als Ort der nächsten Konferenz Schwanden bestimmt.

An der heutigen Konferenz ist den Vereinen von Glarus und Graubünden gezeigt worden, wie mit der Genossenschaftspropaganda eingesetzt werden soll und was damit erzielt werden kann. Die einzelnen Vereine sollten immer mehr Fühlung zu einander anstreben, um sich gegenseitig mit Rat und Tat zu dienen. Den Ausführungen über die Englandreise war ja besonders zu entnehmen, wie sich die englischen Vereine gegenseitig unterstützen und nicht nur der geschäftliche sondern auch der gesellige und freundschaftliche Verkehr unter ihnen gepflegt wird.

Der Nachmittag wurde dazu verwendet, der bündnerischen Industrie und Gewerbeausstellung einen Besuch abzustatten und wird auch dort ein jeder den Eindruck gewonnen haben, dass man mit vereinten Kräften imstande ist, Grosses auszuführen. *S.*

Hochschulunterricht und Genossenschaftswesen

Förderung des Genossenschaftswesens an der Universität in Zürich. Den Mitteilungen des Erziehungsrates des Kantons Zürich entnehmen wir mit Genugtuung, dass in der Förderung des Genossenschaftswesens durch die Hochschule ein Schritt weiter getan werden soll.

Nachdem bereits regelmässige Vorlesungen und Uebungen in das Programm der staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich aufgenommen worden sind, wird nun auf Beginn des Sommersemesters 1914 ein Genossenschaftsseminar eingerichtet und mit einer besonderen Bibliothek ausgestattet.

Ueber den oben bekanntgegebenen Beschluss des zürcherischen Erziehungsrates wird uns von geschätzter Seite nachfolgendes geschrieben:

Genossenschaftliches Bildungswesen. (K.-Korr.) Der zürcherische Kantonsrat hat in der Sitzung vom 9. Februar 1912 eine Motion der Kommission zur Prüfung des Rechenschaftsberichtes des Regierungsrates, die von Dr. Balsiger-Moser ausging und von ihm im Rate sehr geschickt begründet wurde, zum Beschlusse erhoben, wonach der Regierungsrat eingeladen wurde, zu prüfen, ob nicht an der staatswissenschaftlichen Fakultät der Hochschule in Zürich ein besonderer Lehrauftrag für Geschichte und Theorie des Genossenschaftswesens erteilt werden sollte. Dieser Wortlaut ist zwar eine abgeschwächte Form des ursprünglichen Begehrens der Kommission, die direkt einen Lehrstuhl für Geschichte und Theorie des Genossenschaftswesens wollte und zwar schon auf das Wintersemester 1912/13.

Die Motion wurde in der Folge wirksam unterstützt durch eine Eingabe vom 28. April 1912 des Kreisvorstandes VII V. S. K. an den Regierungsrat, zuhanden des Erziehungsrates und der staatswissenschaftlichen Fakultät der Hochschule Zürich. In diesem Exposé ist das Programm niedergelegt, das weite genossenschaftliche Kreise erfüllt sehen möchten bei der Ausführung des Postulates. Es wurde verlangt, jährlich mindestens eine etwa zweistündige Vorlesung als Einführung in den Gegenstand, sowohl für diejenigen, welche sich mit dem Genossenschaftswesen nur neben ihren sonstigen Fachstudien beschäftigen wollen, als auch für jene, welche das Studium des Genossenschaftswesens als Vorbereitung auf ihre besondere Lebensaufgabe betrachten. Für diese letztern Studierenden müsste ein umfangreicheres Lehrprogramm in Aussicht genommen werden: über Geschichte, die verschiedenen Theorien und Systeme der Genossenschaftsbewegung usw. Eine zweite Vorlesung müsste den Stoff der Genossenschaftsbewegung aus dem Gesichtswinkel der wissenschaftlichen Systematik behandeln, und eine dritte Vorlesung das Genossenschaftsrecht. Spezielle Gebiete müssten betreten, also besondere Vorlesungen wenigstens von Zeit zu Zeit gehalten werden über das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen, das Genossenschaftswesen der Konsumenten usw. Und im Anschluss an diese Vorlesungen hätten praktische Uebungen im Seminar stattzufinden, durch welche die Studierenden Gelegenheit zu selbständigen Forschungen auf dem Gebiete der genossenschaftlichen Theorie, Praxis und Gesetzgebung bekämen. Endlich wurde der Einrichtung von Ferienkursen von einigen Wochen Dauer gerufen, durch welche die in der Praxis stehenden Genossenschafter Gelegenheit zur Fortbildung erhielten.

Dass die Lehrtätigkeit, die zur Durchführung des aufgestellten Programmes erforderlich ist, nicht durch eine einzelne Person ausgeübt werden könnte, wurde in der Eingabe mit zwingenden Gründen dargetan.

Die Bemühungen für Ausgestaltung des genossenschaftlichen Bildungswesens waren von erfreulichem Erfolge gekrönt. Der zürcherische Erziehungsrat hat letzthin beschlossen, zum Zwecke der Förderung des Genossenschaftswesens an der Universität Zürich Vorlesungen und Uebungen in das Programm der staatswissenschaftlichen Fakultät aufzunehmen. Auf Beginn des Sommersemesters 1914 wird ein Genossenschaftsseminar eingerichtet und mit einer besonderen Bibliothek ausgestattet.

Heute bleibt noch zu wünschen, es möchten recht viele Studierende und Praktikanten aus dem Born der Wissenschaft schöpfen, dort aber nicht nur

trockene Bücherweisheit holen, sondern erfüllt werden von echt genossenschaftlichem Geiste, dem mächtigsten Förderer unserer hohen und volkswirtschaftlich so bedeutungsvollen Sache.

Sprechsaal

Genossenschaftliche Propaganda. (G.-Korr.) Es ist zwar in unserer Verbandspresse über dieses Thema schon reichlich diskutiert worden und die Tatsache, dass über 80 Prozent der schweizerischen Genossenschafter das Verbandsorgan, das «Genossenschaftliche Volksblatt» regelmässig zugestellt erhalten, ist ein ehrender Beweis für unsere Verbandsvereine von der besseren Einsicht und der Erkenntnis des Wertes der Propaganda. Zu wünschen ist hiebei nur noch, dass auch der *wöchentlichen Ausgabe* mehr Sympathie entgegengebracht wird als bisher. Der nur zu bald kommende Jahreswechsel wäre der günstigste Moment, diese Neuerung einzuführen. Aber auch die Ausnützung des jedem Verein zur Verfügung stehenden Platzes auf der vierten Seite sollte noch viel rationeller vorgenommen werden bei vielen Vereinen. Wenn man ab und zu im Tagesgespräch wahrnimmt, wie wenig unsere Mitglieder über die Genossenschaftsaufgaben aufgeklärt sind, so erfüllt uns nur ein Wunsch, dass keine Gelegenheit versäumt wird, unsere Grundsätze und Ziele zu verallgemeinern. Auch hierin bietet das Sekretariat des Verbandes wieder ein vorzügliches Hilfsmittel. Wenn es Vereine gibt, die wegen Zeitmangel oder aus andern Gründen eine mehr redaktionelle, d. h. mitteilende Benützung des ihnen zur Verfügung stehenden Raumes nicht bewerkstelligen können, so können sie von der Einrichtung der Abonnierung verschiedener Lokalzeitungen anderer Vereine (d. h. des «Genossenschaftlichen Volksblattes» mit der 4. Seite von anderen Vereinen) Gebrauch machen, wodurch sie sich gegen bescheidene Spesen genügend und wertvollen Stoff verschaffen. Denn vom genossenschaftlichen Standpunkte aus können wir doch unsern Mitgliedern an verschiedenen Orten den gleichen Lesestoff auch auf der 4. Seite bieten, sofern derselbe allgemeine genossenschaftliche Fragen betrifft. Das Sekretariat wird auch in der Auswahl der verschiedenen Auflagen gerne mit Ratschlägen zur Seite stehen und so dem einzelnen Vereine denjenigen Stoff zuführen, der seinen Verhältnissen am besten frommt. Wenn also, wie bereits erwähnt, die schweizerische Genossenschaftsbewegung der Verbandspresse sehr zugetan und überhaupt in dieser Beziehung wohl an erster Stelle steht, so soll diese Feststellung unsere Tatkraft nicht lähmen, sondern vielmehr ein Ansporn sein zum weitern Schaffen; *unser Ziel sei die allseitige Einführung der wöchentlichen Ausgabe des «Genossenschaftlichen Volksblattes!*

Unsere Genossenschaftspresse. (K.-Korr. aus Baden). «Von Zeit zu Zeit hör' ich Herrn Meyer gern» — den «Alten» darf ich ja nicht sagen, da wir beide ja stark differieren — und darum drückt es mich schwer, dass ich nicht nach Rheinfelden kommen konnte. Seine im «Schweiz. Konsum-Verein» skizzierten Ausführungen haben mir ausgezeichnet gefallen und es ist zu hoffen, dass seine Worte auch auf fruchtbaren Boden fallen. Richtig ist, was er betreffend Benützung des «Gen. Volksblattes» bemerkt; es ist ja ein Mangel, den ich schon längst fühlte, «die vierte Seite soll auch hin und wieder Mitteilungen allgemeiner Natur bringen», das ist richtig. Das Blatt sollte für die Vereine als «Vereinsorgan» einen Sprechsaal haben, in dem nicht nur Inserate und Rezepte Platz finden, sondern auch Mitglieder ihre Ansichten, ihre Wünsche und Reklamationen anbringen können, wenn sie federgewandt sind; und in dem falsche Anklagen und unrichtige Behauptungen in anderen Zeitungen wiederlegt werden können, also eine Waffe zur Verteidigung. So würde das «Gen. Volksblatt», wenn es den Charakter eines Vereinsorgans erhielte, für die Mitglieder noch mehr interessieren, als jetzt. Aber auch über Veranstaltungen im Schosse der Genossenschaft, wie Versammlungen, Vorträge etc. sollte referiert werden. Natürlich wäre das eher möglich, wenn das Blatt für alle Vereine wöchentlich erschiene, wodurch der nötige Raum für Inserate nicht fehlen würde, übrigens brauchte auch nicht in jeder Nummer Text zu erscheinen. Zum Schlusse schliesse ich mich dem Wunsche des Herrn Meyer an, die wöchentliche Ausgabe möchte in den Vereinen bald allgemein werden, und gebe meiner Freude darüber Ausdruck, dass B a d e n dieselbe einzuführen gedenkt, überzeugt, dass die Mitglieder dies begrüssen und die Ausführung die besten Früchte an unserem Genossenschaftsbaum tragen wird; denn das wöchentliche «Genossenschaftliche Volksblatt» wirkt belebend und erfrischend, wie der Tau für die Pflanzen!

Aus unserer Bewegung

Von der aargauischen Grenze. (K.-Korr.) Den Feiertag am 1. November abhin benützte ich zu einem kleinen Ausflug nach der aargauischen Rheingegend, zum Besuch der Metropole des Tales, dem einstigen berühmten Marktflecken *Zurzach*, wo, wie bereits gemeldet, endlich eine Anzahl Pioniere den Mut fanden, eine Konsumgenossenschaft ins Leben zu rufen. In dem saubern Flecken, dessen Wohnhäuser in den Hauptgassen immer noch an die einstige Messherrlichkeit erinnern, erblickte ich an der Strasse Zurzach-Winterthur am günstig gelegenen Hause «Zur Rose» die Firma: «*Konsumverein*». Die Rouleaux waren noch geschlossen, denn die Eröffnung war erst auf Montag den 3. November angesetzt.

Dass das «Unbegreifliche nun doch Ereignis geworden», das sollte jeder, der es noch nicht wusste, erfahren beim Lesen des Zurzacher «Intelligenzblattes». Im Gespräche sollte ich denn auch erfahren, dass man auch in dem aufgeklärten Zurzach die Gründung als einen Faktor zur Friedensstörung in der Gemeinde und zum Ruin des Mittel- und Gewerbestandes hält; andere hingegen trösten sich damit, «es war vorauszusehen, dass einmal ein Konsumverein kommen werde», und wieder andere begrüssen ihn, in der Hoffnung, er werde zu einem Preisregulator werden, denn die Spezierer sind hier scheints teurer als anderswo.

Da ich keines der 7 Vorstandsmitglieder kannte, konnte ich die Leitung auch nicht beglückwünschen für die flotte «Erklärung», mit der sie sich im «Moniteur» zur Wehre setzen mussten, bevor sie überhaupt ihre Tätigkeit begann; aber sie hat dadurch bewiesen, dass sie imstande ist, sich zu verteidigen. So wollen wir denn für den begonnenen Lebensgang der jüngsten Konsumgenossenschaft auf «Kulturiens» Boden ein gutes Fortkommen wünschen, und wir hoffen, dass dem «Konsumverein Zurzach und Umgebung» in seinem Asyl «Zur Rose» Rosen erblühen zur Freude der Gärtner, die sie gepflanzt!

Goldau. (Korr.) Die Konsumgenossenschaft Goldau hat mit 4. Oktober 1913 das sechste Berichtsjahr mit sechs Monaten abgeschlossen. Der Umsatz beträgt in diesem Zeitraum Fr. 89,095.70, letztes Jahr Fr. 67,308.41. Die Vermehrung beträgt somit Fr. 21,787.29, gleich 32,5%.

Mit 1. November ist für das Verkaufspersonal die elfstündige Arbeitszeit eingeführt worden, der Ladenschluss von 9 Uhr auf 8½ Uhr.

Stein a./Rh. (B.Korr.) Das erste Kaffeekränzchen, das der hiesige Konsumverein vergangenen Sonntag für seine Mitglieder resp. für die Frauen arrangierte, erfreute sich eines sehr zahlreichen Besuches und verlief in schönster Weise. Rund 100 Genossenschafterinnen hatten sich eingefunden, um der Geselligkeit zu pflegen und einen gediegenen Vortrag des Herrn Dr. Faucherre aus Basel zu hören, welcher in musterhafter Weise das Thema: «Die Macht der Frau als Käuferin» behandelte und damit das ganze Auditorium fesselte. Reicher Beifall war der Lohn hiefür.

Prächtig mundeten hierauf unsern Frauen der ausgezeichnete Kaffee nebst währschaften, hausgebackenen Küchli, und eitel Freude und Zufriedenheit war überall zu schauen. Die flotte Kapelle «Typ-Top» liess während der Tafelung ihre animierenden Weisen erklingen und munterte, hauptsächlich die jüngere Generation, hernach zu einem flotten Tänzchen auf, welches Treiben bis in die Nacht hinein dauerte und die Mehrzahl der Anwesenden in äusserst gemütlicher Stimmung zusammenhielt. Allgemeiner Kantus und Einzelvorträge füllten angenehm die Tanzpausen aus.

Ueberall war nur ein Lob über die Veranstaltung, welche auch nach offiziellem Schluss noch auf Kosten der Ausdauernden ausgedehnt wurde.

Mit diesem Anlasse glauben wir bei unsern Frauen nun einen vollen Stein im Brette zu haben und dürfen wir auch annehmen, dass diese in Beherzigung der goldenen Worte des Herrn Referenten, aufs neue ihre Genossenschaftstreue beweisen werden.

Dies der Anlass in Stein a. Rhein. Nun nach Ramsen, wo auch eine ähnliche Veranstaltung verbunden mit Lichtbildervortrag und Musikunterhaltung für die dortigen Genossenschafterinnen vorbereitet war. Auch hier waren alle Beteiligten sehr zufrieden mit dem Gebotenen und auch hier, wo die Mitglieder eifrig für die genossenschaftliche Sache einstehen, werden der Erfolg und Beweise für Pflichttreue nicht ausbleiben.

An beiden Orten haben wir mit unserm Vorgehen nur Freude und Befriedigung erweckt und wird uns dies wohl anregen auch im nächsten Jahre unsere braven Genossenschafterinnen wieder bei einem musikalischen Kaffeeklatsch vereinigt zu sehen.

Aber auch die Ferienheimgenossenschaft wurde nicht vergessen. Nach einem kurzen Appell an die Anwesenden, in

welchem Zweck und Ziel der Ferienheimgenossenschaft erläutert wurde, gelang es bald, in Stein und in Ramsen etwa 300 Ferienheimkarten an den «Mann und vor allem an die Frau» zu bringen.

Zürich. (K.-Korr.) Am 15. November nächsthin wird der stolze Genossenschaftsbau «St. Annahof» dem Betriebe übergeben, nahezu ein halbes Jahr früher, als bei der Vergebung der Bauarbeiten vorgesehen war. Bereits sind eine ganze Anzahl Bureaus und Geschäfte in den gemieteten Räumlichkeiten im «St. Annahof» im Betriebe, seit dem 22. Oktober auch die Zentralverwaltung des L. V. Z. Alles ist des Lobes voll über die praktischen Einrichtungen und die geräumigen Bureaus, die jetzt dem kaufmännischen Personal und dem mit ihm verkehrenden Publikum zur Verfügung stehen.

Bereits ist auch eine grössere Zahl Mietabschlüsse mit erstklassigen Firmen erfolgt, mehrere Räume sind noch zu vermieten.

Nun werden die letzten Vorarbeiten getroffen für die Eröffnung der neuen Betriebszweige des L. V. Z., der Lebensmittelhalle, des Schuhwaren- und Haushaltungsartikelgeschäftes, und alles wohlassortiert und hübsch aufgemacht um am Eröffnungstage präsentieren zu können.

Eine in engem Rahmen gehaltene Eröffnungsfeier ist für den 14. November nachmittags in Aussicht genommen, zu der der engere Stadtrat von Zürich, der Zürcher Pressverein, eine aus mehreren Personen bestehende Vertretung des V. S. K., Vertretungen der Personalorganisationen des L. V. Z. und selbstredend auch die Behördemitglieder der «festgebenden» Genossenschaft eingeladen sind. Unter Führung der Herren Abteilungsvorsteher Zivi, Polt, Glück und Stöckli sollen die Betriebe des L. V. Z. den verehrlichen Gästen gezeigt und ihnen die Leistungsfähigkeit des genossenschaftlichen Betriebes, soweit sie sie noch nicht kennen sollten, gezeigt werden. Von Zeremonien und Reden will man mit vollem Recht absehen. Ueber den Verlauf der Feier werden wir seinerzeit berichten.

Buchs (Aargau). Einen erfreulichen Fortschritt erzeigt der soeben eingegangene Bericht dieses Verbandsvereins über das 32. Geschäftsjahr. Der Warenumsatz ist von Fr. 347,550 auf Fr. 389,976 gestiegen, eine Zunahme, an der alle 4 Ablagen beteiligt sind. Der Umstand, dass die Liegenschaften, die einen Wert von Fr. 50,000 repräsentieren, mit Fr. 36,000 zu Buch stehen, dass der Reservefonds mit den heurigen Zuwendungen auf Fr. 55,691 angewachsen ist, und sämtliche Mobilien ebenfalls abgeschrieben sind, spricht hinlänglich für die finanziell gut fundierte Situation dieses Vereins.

Herisau. In Anbetracht der wirtschaftlichen Depression, die sich ganz besonders in der Ostschweiz fühlbar macht, ist das Ergebnis der auf 30. Juni anhin abgeschlossenen Jahresrechnung, die dem Vorjahr gegenüber einen Mehrumsatz von Fr. 27,000 aufweist, ein gewiss sehr befriedigendes zu nennen. Der Warenumsatz beläuft sich in den 9 Ablagen auf Fr. 506,232. Dementsprechend ist auch die Mitgliederzahl gestiegen, und zwar von 2104 auf 2224. — Das wichtigste Ereignis im Berichtsjahre war die Erstellung eines *neuen Geschäftshauses* (mit moderner Bäckerei) in Wilen, für das die Generalversammlung vom 8. September letzten Jahres einen Baukredit von Fr. 210,000 bewilligte. Der Bau ist zurzeit unter Dach und wird wahrscheinlich mit Beginn nächsten Jahres bezogen werden können. Von dem nach den Fr. 5000 Abschreibungen und den Fr. 2500 Einlagen in den Reservefonds (Fr. 48,500) verbleibenden Ueberschuss werden den Mitgliedern auf ihre Bezüge 10%, den Nichtmitgliedern 6% rückvergütet.

Magden. Die landwirtschaftliche und Konsumgenossenschaft Magden erzielte im Jahre 1912 einen Umsatz von Fr. 71,746 gegen Fr. 69,412 im Vorjahre, und dies trotz einer inzwischen gegründeten landwirtschaftlichen Konkurrenzgenossenschaft. Vom Verband wurden Waren bezogen für Fr. 45,307.

Mollis. Einer der ältesten der schweizerischen Konsumvereine, — er begeht nächstes Jahr sein 50jähriges Jubiläum — der aber darum nicht minder jugendfrisch auf seinem Posten steht. Während andere gern wohlhabender scheinen möchten, als sie in Wirklichkeit sind, ist bei ihm das Gegenteil der Fall. Uebrigens, in den fünfzig Jahren hat er auch Zeit gehabt, sein Schäfchen ins Trockene zu bringen. — Der Warenverkehr erreichte die Summe von Fr. 56,592, d .i. Fr. 4000 mehr als im Vorjahre.

Rehetobel. Vor drei Jahren hatte dieser Verbandsverein noch ein Warenlager von Fr. 25,000. Bemerkenswert ist nun, dass in dem Masse, als dasselbe reduziert wurde, — auf Fr. 19,419 im vorletzten und auf Fr. 16,367 im letzten Jahre — der Bankpassivsaldo sich in ein Aktivsaldo verwandelte. In der Tat, von Fr. 1431 im vorletzten Jahre ist derselbe im letzten Jahre auf Fr. 2890 gestiegen. Anstatt den Verein zu belasten und wie ein Bleigewicht an den Füssen ihn am marschieren zu hindern, wird dieser Teil des Kapitals nun zu einem Werkzeug des Fortschritts und der Befreiung. — Der Umsatz seinerseits ist von Fr. 66,588 auf Fr. 70,410 gestiegen.

Siggenthal-Kirchdorf. Das 17. Geschäftsjahr, umfassend den Zeitraum vom 1. Juli 1912 bis 30. Juni 1913, kann, insbesondere in Anbetracht der wenig rosigen Verhältnisse in der Landwirtschaft sowohl, als auch in der Industrie, als ein befriedigendes bezeichnet werden: Der Totalumsatz beläuft sich auf Fr. 127,075, d. i. dem Vorjahr gegenüber ein Mehr von Fr. 3000. Der Nettoüberschuss von Fr. 13,776 gestattet, nach Fr. 2000 Einlagen in die Reserven, eine Rückvergütung von 10%.

Suhr. Der zweite Jahresbericht dieses relativ jungen Verbandsvereins erzeigt einen Umsatz von Fr. 51,350 gegen Fr. 48,500 im ersten Geschäftsjahr. Zur Deckung der Umbaukosten der vom Verein unter sehr günstigen Bedingungen erworbenen Liegenschaft hat der Vorstand die Ausgabe von Obligationen beschlossen, und zwar in Beträgen, die sich auch weniger Bemittelte leisten können. «Besser noch das Geld unter uns aufzubringen und uns selbst die Zinsen zu bezahlen, als bei einer Bank darum zu betteln und derselben obendrein noch ein Prozent mehr zu zahlen», bemerkt hiezu mit Recht der Vorstandsbericht.

Windisch. Auch hier geht es vorwärts. Im Berichtsjahr wurde in Oberwindisch eine Filiale errichtet, deren Ergebnis zeigt, dass dafür ein starkes Bedürfnis vorhanden war. Infolge dieser Ausdehnung hat sich denn auch der Warenumsatz um Fr. 23,796 gesteigert und beläuft sich hiemit auf Fr. 301,174. Wenn auch der Reinüberschuss infolge der auf die laufende Jahresrechnung übernommenen Einrichtungskosten für das neue Depot etwas geringer ist, als im vergangenen Jahr, so hat das nicht viel zu bedeuten. Das nächstjährige Ergebnis wird darum nur um so besser ausfallen.

Bibliographie

Eingegangene Schriften.

B. *Genossenschaftliche Literatur.*

Cassau, Dr. Th. O. Ein Streifzug durch die britische Konsumgenossenschaftswelt. Sonderbericht aus der «Konsumgenossenschaftl. Rundschau». Verlagsanstalt des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg 1913, 50 S.

Co-operative Union. 45th Annual Congress Report, Aberdeen 1913. Manchester 1913, Holyoak House, Hannover Street, 719 S.

Domack H. Der Genossenschaftssozialismus. Verlag Möhrings Unterrichtsanstalt 1913, 127 S.

Faucherre, Dr. H. Herr Regierungsrat Dr. Hans Tschumi und die Konsumvereine. Verlag V. S. K. Basel 1913, 32 S.

Jacob E. Volkswirtschaftliche Theorie der Genossenschaften. Tübinger Staatswissenschaftl. Abhandlungen, Neue Folge, Heft 1, 1913.

Jahrbuch der internat. Genossenschaftsbewegung, II. Jahrgang. Herausgegeben im Auftrage des Zentralvorstandes des Internationalen Genossenschaftsbundes, London 1913. Verlag des Internationalen Genossenschaftsbundes, 288 S.

9. Internationaler Genossenschaftskongress in Glasgow, 25. bis 28. August 1913.

Kongress-Drucksachen Nr. 1, 15 S.
» » » 2, 99 S.
» » » 3, 53 S.

Konsumverein Grabs. Ein Rückblick auf fünfundzwanzig Jahre von 1888 bis 1913. Basel, Buchdruckerei des V. S. K. 1913, 47 S.

Lambrechts, Dr. Hector. Warenhäuser und Konsumvereine vom sozialen Standpunkte betrachtet. 2. Aufl. Verlag des Verbandes der Rabattsparvereine Deutschlands, e. V., Bremen 1913, 121 S.

Pragier. Die Produktivgenossenschaften der schweiz. Arbeiter. Züricher volkswirtschaftliche Studien, herausgegeben von Prof. Dr. H. Sieveking, Zürich. I. Heft. Verlag Zürich und Leipzig Rascher & Cie. 1913, 159 S.

Redfern, P. The Story of the C. W. S. 1863—1913. Manchester, The Co-operative Wholesale Society Limited 1913, 439 S.

Wilbrandt. Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften. Vortrag auf dem Evangelisch-sozialen Kongress zu Hamburg, Pfingsten 1913. Göttingen, Vandenhœck & Rupprecht 1913, 27 S.

Totentafel.

Eduard Schüepp †. Heute müssen wir eines jungen Verstorbenen gedenken, der unserem Genossenschaftswesen sehr zugetan war und zu den schönsten Hoffnungen berechtigte, wenn nicht der Tod diesem jungen Menschenleben schon so früh Halt geboten hätte.

Bereits während seiner Schulbildung interessierte sich Eduard Schüepp eifrig für das Genossenschaftswesen und seine Diplomarbeit an der Handelsabteilung der oberen Realschule zu Basel war einer Frage des Konsumgenossenschaftswesens entnommen.

Bald nach der Beendigung der Diplomprüfung trat der junge Genossenschafter in den Dienst der «Unione Cooperativa» in Mailand. Er blieb jedoch mit der schweizerischen Bewegung stets in Fühlung und bald finden wir ihn auch in der Reihe der Mitarbeiter am «Schweiz. Konsum-Verein».

Ende September 1912 kehrte Ed. Schüepp wieder in die Schweiz zurück und trat auf 1. Oktober 1912 als Angestellter in unseren Verband über. Seine Tätigkeit daselbst war jedoch nicht von langer Dauer. Im Juni 1913 wurde er wieder in den Mailänder Verband zurückberufen.

Vom Militärdienst zurückgekehrt, wurde er auf das Krankenlager geworfen. Als die Verwalterstelle in Bellinzona neu zu besetzen war, wurde Schüepp trotz seiner Jugend, er zählte damals erst $20^1/_2$ Jahre, für diesen verantwortungsvollen Posten in Aussicht genommen. Ein akutes Lungenleiden vernichtete all seine schönen Pläne, und zu unserer schmerzlichen Ueberraschung vernahmen wir vor wenigen Tagen den Hinschied des jungen Mannes.

Alle diejenigen, die Eduard Schüepp kennen u schätzen lernten, werden ihn in treuem Andenken behalten. Seinen Hinterbliebenen sprechen wir auch an dieser Stelle unsere herzliche Teilnahme aus.

Verbandsnachrichten

Oeffentliche Besichtigung der Schuhfabrik des V. S. K.

Die kurze Notiz im «Schweiz. Konsum-Verein», dem «Genossenschaftlichen Volksblatt» und in einem Teil der Basler Tagespresse, dass am Sonntag den 2. November die neue *Schuhfabrik* in Basel zu allgemeiner Besichtigung geöffnet werde, hatte Zauberkraft.

Von vormittags 10 bis 12 Uhr und nachmittags von 1 bis 5 Uhr sah man ununterbrochen die Besucher, einzeln, ganze Familien und in Freundesgruppen der Fabrik zuströmen, um das neue Werk der konsumgenossenschaftlichen Treue und Tatkraft zu besichtigen und zu bewundern, oder — wer Gegner unserer genossenschaftlichen Bewegung ist — um leise kleinliche Kritik zu üben.

Die Freunde unserer Bewegung aber bildeten die grosse Masse, das konnte man an den erstaunten Gesichtern sehen, die mit freudigem Stolz die genossenschaftliche Schuhfabrik, ihren *eigenen* Betrieb, eingehend besichtigten und sich erklären liessen. Nach diversen Schätzungen dürfen wir annehmen, dass die Fabrik von ca. 8 bis 10,000 Personen an diesem einzigen Sonntag besucht worden ist.

Die öffentliche Besichtigung wurde gleichzeitig in den Dienst zugunsten der «Ferienheimgenossenschaft» gestellt. Vierzehn «Verbandsfräuleins» widmeten sich dem Verkauf von «Ferienheimpostkarten» und ihrer Ueberredungskunst gelang es leicht, 4600 Karten loszuwerden. Ihren Bemühungen sei freundlicher Dank gesagt.

Der vergangene Sonntag brachte uns reichen Segen. Grosse Massen der Bevölkerung Basels und Umgebung machte er, nicht zum Schaden unserer Bewegung, mit der genossenschaftlichen Schuhfabrik bekannt, und dem Fonds der «Ferienheimgenossenschaft» floss wieder ein erkleckliches Scherflein zu.

Quartiere für die Delegiertenversammlung 1914 in Bern.

Aus den Verhandlungen mit dem Quartierkomitee der schweiz. Landesausstellung in Bern ergibt sich, dass es ziemlich schwer halten wird, Nachtquartiere für unsere Delegierten in Bern — in Betracht kommen die Nächte vom 12./13. und vom 13./14. Juni — zu erhalten, wenn nicht rechtzeitig Schritte zu deren Sicherung getan werden. Eine besondere Abmachung durch das Organisationskomitee des Lokalvereines, wie sonst üblich, wird diesmal nicht möglich sein, und die Zimmerpreise werden deshalb höher ausfallen, als bisher.

Die Verwaltungskommission V. S. K. nimmt dagegen an, dass es im Interesse unserer Delegierten selbst gelegen sei, wenn sie trotzdem mit dem Quartierkomitee der schweiz. Landesausstellung in Verbindung trete und die voraussichtlich erforderliche Zahl von Zimmern zu ein und zwei Betten reservieren lasse. Um über den erforderlichen Bedarf einigermassen sichere Anhaltspunkte zu haben, werden die Verwaltungen unserer Verbandsvereine ersucht, jetzt schon — d. h. bis spätestens Neujahr 1914 — sich über die Beteiligung und die Zahl der abzuordnenden Delegierten schlüssig zu machen und dies der V. K. des V. S. K. rechtzeitig mitzuteilen.

Wahrspruch.

Die Einsicht allein wie die Zustände unserer Zeit gebessert werden könnten genügt nicht: es muss auch danach gehandelt werden. Und das ist durchaus nicht jedermanns Sache. Ist es doch viel bequemer und sicherer erst einmal den andern mit dem Handeln den Anfang machen zu lassen. Warum sich für andere opfern die selbst keinen Finger rühren und vielleicht über den dummen Kerl, der zu gemeinsamem Zwecke sich abmüht, heimlich gar lachen und ihren Spott haben?

Solange die Mehrheit so denkt, wird es aber nicht besser. Das ist die wunderbare Einrichtung der Natur, dass sie sich nichts abtrotzen lässt, sondern ihre Gaben nur dem redlich sich Mühenden zuteilt, dem freilch auch in einer Fülle, die der arme Mensch in seinen kühnsten Träumen sich nicht vorzustellen wagte. Bei Untätigkeit und Uneinigkeit vermag kein Organismus zu bestehen, und jedes einzelne Glied hat den Schaden eines solchen kranken Organismus am eigenen Leibe zu empfinden, und so lang zu empfinden, bis nun doch endlich der besseren Einsicht gemäss gehandelt wird oder, wenn nicht, mit dem sterbenden Organismus alle Teile mit zu Grunde gehen. Das ist ein weises und unverbrüchliches Gesetz der Natur, die nichts Unvollkommenes duldet, sondern überall fortschreitendes Leben fordert. *Krecke.*

Redaktionsschluss 6. November.

Redaktion: Dr. Henry Faucherre.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**